

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN MODAL SOSIAL TERHADAP *BUSINESS PERFORMANCE* MELALUI *COMPETITIVE ADVANTAGE* PADA USAHA MIKRO DI SIDOARJO

Oleh:

¹Nafi' Mardiansyah, ²Muhafidhah Novie, ³Laily Muzdalifah, ⁴Afifatus Sholikhah

^{1,2,3,4}Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Manajemen.
Jl. Rangkah Kidul, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61234

e-mail : 31422137.student@unusida.ac.id¹, muhafidhahnovie.mnj@unusida.ac.id²,
laily_muzdalifah.mnj@unusida.ac.id³, a.sholikhah@unusida.ac.id⁴

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Entrepreneurial Orientation and Social Capital on Business Performance, with Competitive Advantage as a mediating variable, among microenterprises in Sidoarjo Regency. A quantitative approach was employed, utilizing primary data collected via a questionnaire administered to 280 respondents. The sample for this study was determined using probability sampling with a simple random sampling approach. Data analysis was conducted using PLS-SEM via SmartPLS 4. The results indicate that Entrepreneurial Orientation has a positive and significant effect on Business Performance and Competitive Advantage. Social Capital has a significant effect on Competitive Advantage, but not directly on Business Performance. Competitive Advantage has a significant effect on Business Performance and mediates the relationship between Entrepreneurial Orientation and Social Capital on Business Performance. These findings indicate that improved performance of microenterprises can be achieved through strengthening Entrepreneurial Orientation and optimizing Social Capital focused on creating Competitive Advantage.

Keywords: *Entrepreneurial Orientation, Social Capital, Competitive Advantage, Business Performance*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Modal Sosial terhadap Business Performance dengan *Competitive Advantage* sebagai variabel mediasi pada usaha mikro di Kabupaten Sidoarjo. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan data primer dari kuesioner kepada 280 responden. Sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan teknik *probability sampling* dengan pendekatan simple random sampling. Analisis data menggunakan *PLS-SEM* melalui *SmartPLS 4*. Hasil menunjukkan Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Business Performance dan *Competitive Advantage*. Modal Sosial berpengaruh signifikan terhadap *Competitive Advantage*, namun tidak secara langsung terhadap Business Performance. *Competitive Advantage* berpengaruh signifikan terhadap *Business Performance* serta mediasi dalam hubungan antara Orientasi Kewirausahaan dan Modal Sosial terhadap *Business Performance*. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kinerja usaha mikro dapat dicapai melalui penguatan Orientasi Kewirausahaan dan optimalisasi Modal Sosial yang difokuskan pada penciptaan keunggulan bersaing.

Kata kunci: Orientasi Kewirausahaan, Modal Sosial, *Competitive Advantage*, *Business Performance*

PENDAHULUAN

Perkembangan UMKM di Indonesia berperan penting dalam mendorong pertumbuhan serta memperkuat struktur perekonomian nasional (Hadi & Purwati, 2020). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan signifikan dalam perekonomian nasional, baik sebagai penyedia lapangan kerja maupun penguat aktivitas ekonomi produktif masyarakat. Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia, yakni sekitar 275 juta jiwa, memiliki kurang lebih 65 juta unit UMKM yang tersebar di berbagai wilayah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku ekonomi nasional berasal dari sektor UMKM. Sektor ini berkontribusi sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, dengan nilai setara Rp9,6 triliun (Hoesada, 2025).

Peran UMKM tidak hanya berdampak di tingkat nasional, tetapi juga memengaruhi perekonomian daerah, termasuk di Kabupaten Sidoarjo, yang didukung oleh peran aktif pemerintah dalam memajukan pelaku usaha mikro (Jannah & Kriswibowo, 2022). Pemerintah Kabupaten Sidoarjo juga mempermudah perizinan melalui program IUMK untuk mendorong legalitas dan akses bantuan usaha (Artaya et al., 2024). Namun, *Business Performance* usaha mikro masih menghadapi kendala seperti rendahnya produktivitas, daya saing, dan kemampuan adaptasi. Sefanya & Le, (2024) menunjukkan bahwa pelaku usaha masih belum mampu membaca peluang secara optimal, bertindak taktis, serta masih terbatas dalam inovasi. Sejalan dengan itu, Lestari et al., (2021) menegaskan bahwa keterbatasan kualitas SDM, pengelolaan usaha, strategi bisnis, dan produktivitas turut memperburuk kinerja UMKM. Oleh karena itu, orientasi kewirausahaan dan modal sosial dipandang sebagai faktor penting dalam meningkatkan *Business Performance* melalui penguatan *Competitive Advantage* (Kiyabo & Isaga, 2020).

Dalam berbagai situasi, Pelaku usaha mikro memerlukan bimbingan teknis untuk mengubah pola pikir, meningkatkan motivasi, dan mengembangkan keterampilan. Bimbingan tersebut membantu mereka mengambil keputusan yang tepat dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha, sehingga berperan sebagai elemen krusial dalam membangun daya saing (Artaya et al., 2024). Berikut ini Tabel perkembangan usaha mikro dan pertumbuhan omzet di Kabupaten Sidoarjo tahun 2021–2025.

Tabel 1. Pertumbuhan omzet usaha mikro 2021-2025

No.	Tahun	Jumlah Usaha Mikro	Usaha Mikro yang Mengalami Pertumbuhan Omzet Persentase	
			Jumlah	Persentase
1.	2021	1.561	786	50%
2.	2022	1.735	801	46%
3.	2023	1.907	839	44%
4.	2024	2.124	892	42%
5.	2025	2.325	930	40%

Sumber data sekunder: Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Sidoarjo (2025)

Data menunjukkan bahwa jumlah usaha mikro di Kabupaten Sidoarjo meningkat dari 1.561 unit pada tahun 2021 menjadi 2.325 unit pada tahun 2025, namun persentase yang mengalami pertumbuhan omzet menurun dari 50% menjadi 40%. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan jumlah usaha tidak diikuti dengan peningkatan kinerja penjualan.

Business Performance berkaitan dengan aktivitas organisasi dalam (*value chain*), yaitu rangkaian aktivitas utama dan pendukung untuk menciptakan nilai tambah pada produk atau layanan (Fatchuroji et al., 2020). Melalui proses tersebut, organisasi berupaya mengelola sumber mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya yang tersedia, dan memenuhi kepuasan pelanggan secara berkelanjutan (Rasyid et al., 2022).

Menurut Ramadanti et al., (2024), orientasi kewirausahaan merupakan landasan strategis dalam menghadapi persaingan dengan mendorong pengembangan inovasi, sikap proaktif, serta keberanian dalam mengambil risiko. Namun, pengaruhnya terhadap *Business Performance* tidak selalu langsung, melainkan sering dimediasi oleh *Competitive Advantage* sebagai faktor perantara yang krusial (Komarudin, 2021). Selain itu, modal sosial berkontribusi dalam menumbuhkan kepercayaan, memperkuat hubungan, serta mempermudah pertukaran informasi dan sumber daya guna meningkatkan kinerja usaha (Hadi & Purwati, 2020). Oleh karena itu, perusahaan perlu menguatkan orientasi kewirausahaan dan modal sosial yang didukung strategi untuk menciptakan sustainable *Competitive Advantage* (Fatchuroji et al., 2020). Namun, keterbatasan pelatihan dan pengembangan kemampuan tersebut menjadi tantangan yang menghambat *Business Performance* usaha mikro di Kabupaten Sidoarjo (Susanto & Sukarno, 2022). Selain itu, lemahnya modal sosial, seperti terbatasnya jaringan, kepercayaan, dan kolaborasi, juga menghambat peningkatan daya saing, padahal faktor ini penting dalam mendukung pertukaran informasi dan sumber daya (Yani et al., 2020). Di sisi lain, pertumbuhan ekonomi Sidoarjo yang mencapai 6,16% menunjukkan potensi besar bagi perkembangan usaha mikro (Firdausi, 2024). Oleh karena itu, integrasi antara orientasi kewirausahaan dan modal sosial diperlukan untuk menciptakan sustainable *Competitive Advantage* guna meningkatkan *Business Performance* UMKM (Al Faustina et al., 2025).

Competitive Advantage merupakan kemampuan usaha dalam menghasilkan produk atau layanan yang memiliki nilai tambah dan diferensiasi dibandingkan pesaing, sehingga mampu mempertahankan daya saing dan keberlangsungan usaha, serta menjadi faktor penting yang memengaruhi kinerja usaha mikro (Siswati & Alfiansyah, 2020). Pemerintah Kabupaten Sidoarjo juga menunjukkan komitmen dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui peran Dekranasda dalam pembinaan, pendampingan, serta perluasan akses permodalan dan pemasaran (Zeera, 2025), sejalan dengan temuan bahwa keunggulan bersaing dapat meningkatkan *Business Performance* (Teddy & Le, 2025). Usaha mikro dipilih sebagai objek penelitian karena kontribusinya dalam membuka peluang kerja serta meningkatkan pendapatan masyarakat. (Bulan et al., 2025), meskipun masih menghadapi keterbatasan modal, manajerial, inovasi, dan jaringan usaha (Darmawan et al., 2022). Oleh karena itu, usaha mikro relevan untuk mengkaji peran orientasi kewirausahaan, modal sosial, dan *Competitive Advantage* dalam meningkatkan *Business Performance*.

Untuk mengembangkan nilai usaha, diperlukan perencanaan dan strategi manajerial yang efektif. Namun, penelitian mengenai orientasi kewirausahaan terhadap *Business Performance* usaha mikro masih menunjukkan hasil yang beragam. (Nuraini & Darmawan, 2024) menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan, sedangkan Setiyanto et al., (2024) menunjukkan tidak adanya pengaruh langsung. Selain itu, Sefanya & Le, (2024) menemukan bahwa pengaruh orientasi kewirausahaan menjadi negatif dan tidak signifikan ketika dimediasi oleh *Competitive Advantage*. Temuan ini diperkuat oleh Ramadanti et al., (2024) yang menunjukkan bahwa *Competitive Advantage* tidak memediasi hubungan tersebut. Di sisi lain, pengaruh modal sosial dengan keunggulan kompetitif dan kinerja usaha masih memperlihatkan hasil yang belum konsisten (Suriyanti et al., 2024). Kondisi tersebut mengindikasikan adanya kesenjangan penelitian yang berkaitan dengan mekanisme pengaruh orientasi kewirausahaan dan modal sosial terhadap *Business Performance* melalui *Competitive Advantage*.

Penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana orientasi kewirausahaan dan modal sosial dapat meningkatkan *Business Performance* usaha mikro melalui *Competitive Advantage*, sehingga dapat menjadi dasar dalam meningkatkan daya saing dan kinerja usaha mikro di Kabupaten Sidoarjo.

TINJAUAN PUSTAKA

Orientasi Kewirausahaan

Menurut Lumpkin & Dess, (1996) orientasi kewirausahaan merupakan suatu pendekatan strategis yang menekankan pada bagaimana organisasi menampilkan perilaku inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko dalam memanfaatkan peluang yang tersedia di lingkungan bisnis, sehingga menjadi dasar penting bagi perusahaan dalam menciptakan nilai dan mempertahankan daya saing di tengah ketidakpastian pasar. Sejalan dengan Medhika et al., (2018), orientasi ini mendorong pelaku usaha mengelola sumber daya secara fleksibel, menghasilkan inovasi yang bernilai, serta mengeksplorasi peluang bisnis yang relevan sebagai bentuk ketangguhan strategis menghadapi dinamika lingkungan usaha. Selain itu, Yuliati et al., (2022) menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan inti bagi UMKM, karena memungkinkan pelaku usaha merespons perubahan secara cepat serta menciptakan nilai bagi pelanggan yang menjadi fondasi keunggulan kompetitif. Sejalan dengan itu, Nst et al., (2023) menunjukkan bahwa tingkat orientasi kewirausahaan yang tinggi berdampak positif pada keunggulan bersaing dan kinerja UMKM, di mana pelaku usaha yang konsisten berinovasi, bersikap agresif dalam persaingan, dan mampu memanfaatkan peluang secara optimal memiliki posisi yang lebih kuat dalam kompetisi pasar. Menurut Ramadanti et al., (2024) Orientasi Kewirausahaan dapat diukur dengan beberapa indikator meliputi Inovasi, Proaktivitas, Pengembalian risiko, Agresivitas bersaing, Otonomi.

Modal Sosial

Menurut Putnam, (1993) modal sosial diartikan sebagai karakteristik dalam organisasi sosial, seperti jaringan, norma, dan kepercayaan, yang berperan dalam mempermudah koordinasi serta kerja sama yang berfungsi mempermudah kolaborasi antarindividu maupun kelompok untuk mencapai tujuan bersama. Selaras yang diungkapkan (Hadi & Purwati, 2020) bahwa modal sosial organisasi sangat penting untuk meningkatkan keunggulan perusahaan.

Oleh karena itu, modal sosial merupakan hal terpenting yang perlu dimiliki UMKM untuk meningkatkan semangat kewirausahaan dan menjalankan usahanya secara keberlanjutan. Jadi modal sosial dapat dipahami sebagai sumber daya non-material yang berfungsi sebagai kekuatan utama bagi UMKM, karena melalui jejaring, norma, dan kepercayaan yang terbangun, para pelaku usaha mampu memperkuat koordinasi, mendapat dukungan, membawa akses peluang, serta meningkatkan keunggulan bersaing dan keberlanjutan usaha. Menurut (Susanto & Sukarno, 2022) modal sosial dapat diukur dengan beberapa indikator meliputi Kepercayaan, Norma, Jaringan.

Business Performance

Pengukuran *Business Performance* merupakan proses terstruktur yang dilakukan perusahaan untuk menelaah, mengawasi, dan menilai pencapaian tujuan usaha serta efektivitas pelaksanaan strategi dengan kegiatan operasional. Proses ini berfungsi untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya, serta merumuskan langkah perbaikan yang berkelanjutan (Achmad & Soemantri, 2020).

Sejalan dengan yang disampaikan Yuliati et al., (2022), *Business Performance* mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola aktivitas bisnis, merespons kebutuhan pasar, berinovasi, dan menjalankan strategi yang dapat meningkatkan nilai serta keunggulan kompetitif dalam lingkungan yang dimanis.

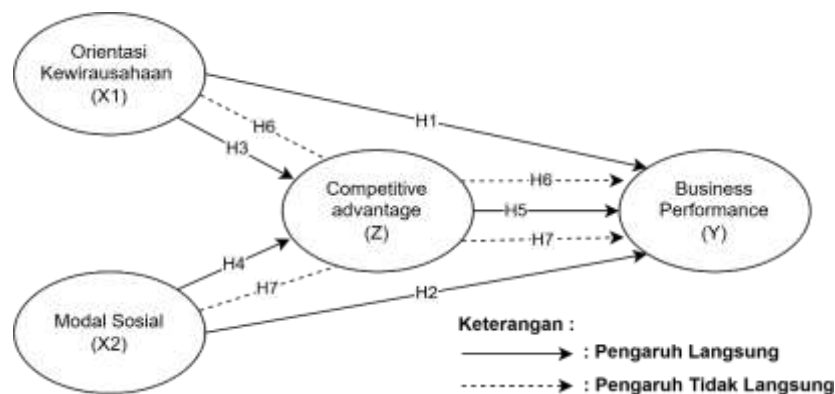
Selain itu, Medhika et al., (2018) menunjukkan bahwa kinerja usaha dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai pelanggan dan memperkuat *Competitive Advantage* sebagai faktor utama yang mendukung keberhasilan bisnis dalam jangka panjang. Berdasarkan hal tersebut, *Business Performance* dapat dipahami sebagai proses penting yang mengevaluasi ektivitas strategi, pemanfaatan peluang, serta perkembangan usaha secara menyeluruh guna meningkatkan produktivitas serta memperkuat daya saing bisnis. Menurut Medhika et al., (2018) *Business Performance* dapat diukur dengan beberapa indikator meliputi Pertumbuhan penjualan, Profitabilitas, Produktivitas, Peningkatan jumlah pelanggan.

Competitive Advantage

Competitive Advantage terbentuk melalui serangkaian upaya strategis yang difokuskan pada pemberian nilai yang lebih tinggi kepada konsumen. Baik melalui penurunan biaya atau pengorbanan yang harus ditanggung pelanggan maupun melalui peningkatan manfaat yang diperoleh melalui produk atau layanan yang ditawarkan. Proses pencapaian keunggulan ini membutuhkan pendekatan yang menyeluruh, mulai dari inovasi dalam desain dan kualitas produk, peningkatan efektivitas serta efisiensi proses operasional, hingga penguatan hubungan dengan pelanggan melalui layanan yang responsif dan pengalaman penggunaan produk yang lebih memuaskan (Syaputra et al., 2024).

Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan nilai tambah pada produk yang ditawarkan dibandingkan dengan pesaing, serta memastikan manfaat tersebut dirasakan secara nyata oleh pelanggan, merupakan wujud dari *Competitive Advantage* (Sulistyo & Ayuni, 2020). Jadi bisa disimpulkan bahwa *Competitive Advantage* merupakan serangkaian tindakan yang bertujuan dan terfokus yang dirancang untuk memberikan nilai lebih kepada konsumen. Menurut Medhika et al., (2018) *Competitive Advantage* dapat di ukur dalam beberapa indikator meliputi Keunikan produk, Kualitas produk, Harga bersaing, Tidak mudah ditiru.

Hipotesis Penelitian



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

H1 : Orientasi Kewirausahaan (X1) berpengaruh signifikan terhadap *Business Performance* (Y).

H2: Modal Sosial (X2) berpengaruh signifikan terhadap *Business Performance* (Y).

H3: Orientasi Kewirausahaan (X1) berpengaruh signifikan terhadap *Competitive Advantage* (Z).

H4: Modal Sosial (X2) berpengaruh signifikan terhadap *Competitive Advantage* (Z).

H5: *Competitive Advantage* (Z) berpengaruh signifikan terhadap *Business Performance* (Y).

H6 : Orientasi Kewirausahaan (X1) berpengaruh signifikan terhadap *Business Performance* (Y) melalui *Competitive Advantage* (Z).

H7: Modal Sosial (X2) berpengaruh signifikan terhadap *Business Performance* (Y) melalui *Competitive Advantage* (Z).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer dan sekunder yang diperoleh dari pelaku usaha mikro di Kabupaten Sidoarjo. Populasi penelitian mencakup 930 pelaku usaha mikro yang mengalami pertumbuhan omzet, berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert lima poin untuk menilai tanggapan responden terhadap variabel yang diteliti. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *probability sampling* melalui metode *simple random sampling*, yaitu setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Sekaran & Bougie, 2016), Penentuan Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan 5%, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\n &= \frac{930}{1 + 930(0,05)^2} \\n &= \frac{930}{1 + 930(0,0025)} \\n &= \frac{930}{1 + 2,325} \\n &= \frac{930}{3,325} \\n &= 279,7\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh nilai sebesar 279,7 sehingga untuk memperoleh hasil yang lebih optimal jumlah sampel ditetapkan sebanyak 280 responden. Selanjutnya Analisis data dilakukan menggunakan metode *PLS-SEM* dengan bantuan perangkat lunak *SmartPLS*.

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

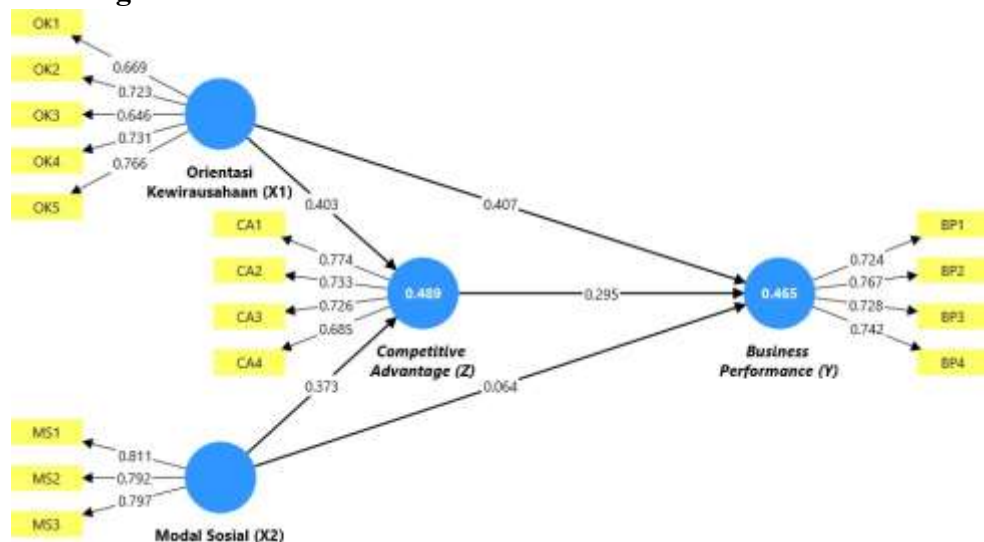
Pada penelitian ini, jumlah sampel yang ditetapkan oleh peneliti sebanyak 280 responden, dengan data yang dianalisis menggunakan *SmartPLS* 4.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Kategori	Keterangan	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki- Laki	144	51,2%
	Perempuan	137	48,8%
Usia	18-25 Tahun	113	40,2%
	26-35 Tahun	58	20,6%
	36-45 Tahun	67	23,8%
	46-55 Tahun	36	12,8%
Pendidikan	>55 tahun	7	2,5%
	SD/MI	1	0,4%
	SMP/MTS	10	3,6%
	SMA/SMK	194	69,0%
	Dipolma	10	3,6%
	Sarjanah	66	23,5%

Sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah laki-laki dengan jumlah 144 orang (51,2%), sementara responden perempuan tercatat sebanyak 137 orang (48,8%). Jika ditinjau dari aspek usia, mayoritas responden berada pada kelompok usia 18–25 tahun dengan jumlah 113 orang (40,2%). Kelompok usia lainnya meliputi 36–45 tahun sebanyak 67 orang (23,8%), diikuti usia 26–35 tahun sebanyak 58 orang (20,6%), usia 46–55 tahun sebanyak 36 orang (12,8%), serta responden berusia di atas 55 tahun sebanyak 7 orang (2,5%). Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir, sebagian besar responden memiliki latar belakang pendidikan SMA/SMK, yaitu sebanyak 194 orang (69,0%). Selanjutnya, responden dengan pendidikan Sarjana berjumlah 66 orang (23,5%), diikuti oleh lulusan SMP/MTs sebanyak 10 orang (3,6%), Diploma sebanyak 10 orang (3,6%), dan SD/MI sebanyak 1 orang (0,4%). Temuan ini menunjukkan dominasi responden usia produktif dengan pendidikan menengah, yang mencerminkan kapasitas pelaku usaha mikro yang cukup memadai dalam mengelola dan mengembangkan usaha.

Analisis Model Pengukuran Uji Analisis Konvergen



Gambar 2. Loading Factor

Convergent validity pada *SmartPLS* dievaluasi melalui nilai *outer loading*, di mana nilai di atas (>0,70) dianggap memenuhi kriteria sehingga indikator dinyatakan valid dalam merepresentasikan konstruk. Pada studi eksploratif atau tahap awal pengembangan

instrumen, nilai outer loading 0,50-0,60 masih dapat diterima. *Validitas konvergen* juga dinilai melalui *Average Variance Extracted (AVE)* yang seharusnya melebihi 0,50 (Hair et al., 2022).

Tabel 3. *Outer Loading*

Variabel	Indikator	Outer Loading
Orientasi Kewirausahaan (X1)	X1.1	0,669
	X1.2	0,723
	X1.3	0,646
	X1.4	0,731
	X1.5	0,766
Modal Sosial (X2)	X2.1	0,811
	X2.2	0,792
	X2.3	0,797
<i>Competitive Advantage</i> (Z)	Z1	0,774
	Z2	0,733
	Z3	0,726
	Z4	0,685
<i>Business Performance</i> (Y)	Y1	0,724
	Y2	0,767
	Y3	0,728
	Y4	0,742

Sumber: Hasil Pengolahan Data *SmartPLS*

Berdasarkan tabel diatas. tersebut, nilai outer loading menunjukkan bahwa mayoritas indikator telah memenuhi batas minimal $> 0,70$. Dengan demikian, seluruh indikator dapat dinyatakan telah memenuhi validitas konvergen dan dapat digunakan pada tahap analisis berikutnya. Meskipun terdapat beberapa indikator dengan nilai di bawah 0,70, yaitu X1.1 sebesar 0,669, X1.3 sebesar 0,646, serta Z4 sebesar 0,685, nilai tersebut masih berada dalam rentang yang dapat diterima. Selain itu, indikator dengan nilai *outer loading* tertinggi terdapat pada X2.1 sebesar 0,811, sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator X1.3 sebesar 0,646.

Tabel 4. Construct Reliability dan Validity

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
<i>Business Performance</i> (Y)	0.725	0.725	0.829	0.548
<i>Competitive Advantage</i> (Z)	0.707	0.710	0.820	0.533
Modal Sosial (X2)	0.719	0.719	0.842	0.640
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0.750	0.753	0.834	0.502

Sumber: Hasil Pengolahan Data *SmartPLS*

Berdasarkan tabel 3 tersebut, menurut (Hair et al., 2022), pengujian convergent validity mensyaratkan nilai *outer loading* lebih dari 0,70 dan *Average Variance Extracted (AVE)* di atas 0,50. Sementara itu, reliabilitas instrumen dapat dilihat melalui nilai Cronbach's Alpha, di mana nilai yang melebihi 0,70 menunjukkan bahwa instrumen bersifat reliabel. Selain itu, pengukuran reliabilitas juga dapat dilakukan menggunakan *Composite Reliability* sebagai indikator konsistensi internal. Berbeda dengan *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability* masih dianggap memadai apabila bernilai di atas 0,60. Dengan demikian, *outer loading*, *AVE*, *Cronbach's Alpha*, dan *Composite Reliability* memenuhi kriteria validitas konvergen dan reliabilitas secara keseluruhan.

Uji Validitas Diskriminan

Discriminant validity digunakan untuk menguji kemampuan suatu konstruk dalam model agar dapat dibedakan secara tegas dari konstruk lainnya, sehingga masing-masing memiliki karakteristik yang unik dan tidak saling tumpang tindih. Pengujian dalam penelitian ini dilakukan menggunakan rasio *heterotrait-monotrait (HTMT)* dengan kriteria nilai kurang dari 0,90 (Hair et al., 2022)

Tabel 5. Uji Validitas Diskriminan

	<i>Business Performance</i> (Y)	<i>Competitive Advantage</i> (Z)	Modal Sosial (X2)	Orientasi Kewirausahaan (X1)
<i>Business Performance</i> (Y)	0.740			
<i>Competitive Advantage</i> (Z)	0.593	0.730		
Modal Sosial (X2)	0.500	0.623	0.800	
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0.634	0.634	0.619	0.708

Berdasarkan tabel di atas, hasil analisis data menunjukkan bahwa setiap indikator pada variabel laten memiliki nilai HTMT di bawah ambang batas 0,9. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan sesungguhnya semua variable potensial sudah mencukupi kriteria *validitas deksriminan*.

Uji Reliabilitas

Pengukuran reabilitas adalah pengujian guna mengetahui kriteria ketepatan indikator dalam dalam konstruk. *reliability* dilihat pada nilai *cronbach's alpha* apabila memiliki nilai > 0,70 maka reliabel. Selanjutnya, *composite reliability* sebagai indikator koherensi internal, berbeda dengan *Cronbach's alpha* yang mensyaratkan nilai lebih dari 0,70, memperbolehkan nilai ambang batas yang dapat diterima mulai dari 0.60 (Hair et al., 2022).

Tabel 6. *Construct Reliability dan Validity*

Variabel	Composite reliability
<i>Business Performance</i> (Y)	0.829
<i>Competitive Advantage</i> (Z)	0.820
Modal Sosial (X2)	0.842
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0.834

Berdasarkan Tabel di atas, nilai *Composite Reliability* berada di atas 0,70 sehingga menunjukkan konsistensi internal yang baik dan dinyatakan reliabel. Dengan demikian, model pengukuran dinilai memadai dan dapat dilanjutkan ke tahap evaluasi model struktural (*inner model*).

Analisis Model Struktural

R Square

Menurut Sihombing et al., (2024), nilai R Square digunakan untuk mengukur koefisien determinasi pada variabel dependen. Secara umum, nilai 0,67 dikategorikan kuat, 0,33 sedang, dan 0,19 lemah. Selain itu, (*R Square Adjusted*) digunakan untuk menunjukkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Perubahan nilai *R Square* juga mencerminkan kontribusi konstruk independen terhadap konstruk dependen dalam model penelitian.

Tabel 7 R-Square

Variabel	R-square	R-square adjusted
<i>Business Performance</i> (Y)	0.465	0.460
<i>Competitive Advantage</i> (Z)	0.489	0.485

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi (*R-square*), diperoleh nilai sebesar 0,465 untuk variabel *Business Performance* (Y) dan 0,489 untuk *Competitive Advantage* (Z), yang keduanya tergolong dalam kategori sedang. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa variabel independen dalam model mampu menjelaskan variasi *Business Performance* sebesar 46,5% dan *Competitive Advantage* sebesar 48,9%, sementara sisanya dijelaskan oleh variabel di luar model penelitian. Perbedaan yang tidak signifikan antara nilai *R-square* dan *R-square adjusted* juga menunjukkan konsistensi model yang baik. Dengan demikian, model memiliki tingkat kemampuan penjelasan yang moderat, dengan daya prediksi yang relatif lebih kuat pada variabel *Competitive Advantage* (Z).

Uji Hipotesis

Tabel 8. Path Coefficient

Variabel	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values
Orientasi Kewirausahaan (X1) -> <i>Business Performance</i> (Y)	0.407	6.015	0.000
Orientasi Kewirausahaan (X1) -> <i>Competitive Advantage</i> (Z)	0.403	4.782	0.000
Modal Sosial (X2) -> <i>Business Performance</i> (Y)	0.064	0.837	0.403
Modal Sosial (X2) -> <i>Competitive Advantage</i> (Z)	0.373	4.667	0.000
<i>Competitive Advantage</i> (Z) -> <i>Business Performance</i> (Y)	0.295	3.746	0.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS

Berikut hasil dari uji hipotesis berdasarkan tabel :

1. Orientasi Kewirausahaan terhadap *Business Performance*
Hasil pengujian menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Business Performance*, dengan nilai koefisien sebesar 0,407, T-statistik sebesar 6,015 ($> 1,96$), dan p-value 0,000. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi orientasi kewirausahaan, maka akan semakin meningkatkan kinerja usaha.
2. Orientasi Kewirausahaan terhadap *Competitive Advantage*
Hasil pengujian menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Advantage*, dengan nilai koefisien sebesar 0,403, T-statistik sebesar 4,782 ($> 1,96$), dan p-value 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan orientasi kewirausahaan mampu memperkuat keunggulan kompetitif.
3. Modal Sosial terhadap *Business Performance*
Hasil pengujian menunjukkan bahwa Modal Sosial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Business Performance*, dengan nilai koefisien sebesar 0,064, T-statistik sebesar 0,837 ($< 1,96$), dan p-value 0,403. Hal ini mengindikasikan bahwa modal sosial belum mampu memberikan pengaruh langsung terhadap peningkatan kinerja usaha.
4. Modal Sosial terhadap *Competitive Advantage*
Hasil pengujian menunjukkan bahwa Modal Sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Advantage*, dengan nilai koefisien sebesar 0,373, T-statistik sebesar 4,667 ($> 1,96$), dan p-value 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik modal sosial yang dimiliki, maka akan meningkatkan keunggulan kompetitif.

5. *Competitive Advantage* terhadap *Business Performance*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Competitive Advantage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Business Performance*, dengan nilai koefisien sebesar 0,295, T-statistik sebesar 3,746 ($> 1,96$), dan p-value 0,000. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan keunggulan kompetitif akan berdampak pada peningkatan kinerja usaha.

Tabel 9. Indirect Effect

Variabel	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values
Orientasi_Kewirausahaan (X1) -> <i>Competitive Advantage</i> (Z) -> Business Performance (Y)	0.119	2.666	0.008
Modal Sosial (X2) -> <i>Competitive Advantage</i> (Z) -> Business Performance (Y)	0.110	2.876	0.004

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS

Berikut hasil dari uji hipotesis berdasarkan tabel :

1. Orientasi Kewirausahaan terhadap *Business Performance* melalui *Competitive Advantage*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa efek tidak langsung Orientasi Kewirausahaan terhadap *Business Performance* melalui *Competitive Advantage* berpengaruh positif dan signifikan, dengan nilai koefisien sebesar 0,119, T-statistik sebesar 2,666 ($> 1,96$), dan p-value 0,008. Temuan ini mengindikasikan bahwa *Competitive Advantage* mampu berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara Orientasi Kewirausahaan dan *Business Performance*. Dengan demikian, peningkatan orientasi kewirausahaan akan memperkuat keunggulan kompetitif yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja usaha.

2. Modal Sosial terhadap *Business Performance* melalui *Competitive Advantage*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa efek tidak langsung Modal Sosial terhadap *Business Performance* melalui *Competitive Advantage* berpengaruh positif dan signifikan, dengan nilai koefisien sebesar 0,110, T-statistik sebesar 2,876 ($> 1,96$), dan p-value 0,004. Temuan ini menunjukkan bahwa *Competitive Advantage* berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara Modal Sosial dan *Business Performance*. Artinya, meskipun Modal Sosial tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kinerja usaha, namun melalui peningkatan keunggulan kompetitif, pengaruh tersebut menjadi signifikan.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan dan modal sosial terhadap kinerja bisnis melalui *Competitive Advantage* sebagai variabel mediasi pada usaha mikro di Kabupaten Sidoarjo. Data diperoleh dari 280 pelaku usaha mikro melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan metode *PLS-SEM* berbantuan *SmartPLS 4*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dan modal sosial berperan dalam meningkatkan *Competitive Advantage* yang berdampak pada *business performance*. Adapun pembahasan dari hasil penelitian dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap *Business Performance*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan terbukti mampu meningkatkan *Business Performance*. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa pelaku usaha mikro yang memiliki kemampuan berinovasi, bersikap proaktif, berani mengambil risiko, serta mampu mengelola usaha secara mandiri cenderung lebih adaptif dalam

mengidentifikasi peluang dan menyesuaikan strategi sesuai dengan dinamika pasar. Oleh karena itu, peningkatan Orientasi Kewirausahaan akan berimplikasi pada semakin besarnya potensi peningkatan Business Performance. Temuan ini sejalan dengan penelitian Al Faustina et al., (2025), kemampuan kewirausahaan yang tinggi memungkinkan pelaku UMKM mengenali peluang, mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya, serta merancang strategi yang adaptif terhadap dinamika pasar, sehingga berdampak pada peningkatan kinerja usaha.

b. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap *Competitive Advantage*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan terbukti mampu meningkatkan *Competitive Advantage*. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa Orientasi Kewirausahaan mendorong pelaku usaha mikro dalam menghasilkan nilai tambah melalui diferensiasi produk, peningkatan kualitas, penetapan harga yang kompetitif, serta penerapan strategi yang sulit ditiru oleh pesaing. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat Orientasi Kewirausahaan, maka semakin kuat pula *Competitive Advantage* yang dapat dihasilkan. Sejalan dengan penelitian Ramadanti et al., (2024), Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif karena mampu menciptakan nilai lebih bagi konsumen dan menjadi pembeda dari pesaing.

c. Pengaruh Modal Sosial terhadap *Business Performance*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Modal Sosial terbukti tidak berpengaruh terhadap *Business Performance*. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepercayaan, norma, dan jaringan yang dimiliki pelaku usaha mikro belum mampu secara langsung meningkatkan kinerja usaha. Hal ini dapat terjadi karena Modal Sosial yang dimiliki belum dimanfaatkan secara optimal untuk memperluas pasar, memperoleh informasi usaha, meningkatkan akses kerja sama, maupun memperkuat hubungan dengan konsumen. Dengan demikian, Modal Sosial perlu dikelola secara lebih strategis agar dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan *Business Performance*. Sejalan dengan penelitian Suriyanti et al., (2024), modal sosial tidak memberikan pengaruh langsung yang signifikan terhadap kinerja bisnis, meskipun tetap memberikan kontribusi terhadap peningkatan business performance secara keseluruhan.

d. Pengaruh Modal Sosial terhadap *Competitive Advantage*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Modal Sosial terbukti mampu meningkatkan *Competitive Advantage*. Hal ini berarti kepercayaan, norma, dan jaringan yang dimiliki pelaku usaha mikro mampu membantu menciptakan keunggulan dibandingkan pesaing. Modal sosial mempermudah akses informasi, kerja sama, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan. Dengan demikian, semakin baik Modal Sosial, maka semakin kuat *Competitive Advantage* yang terbentuk. Hasil ini sejalan dengan penelitian Zaini et al., (2025), Modal Sosial dapat mendukung peningkatan *Competitive Advantage* karena jaringan, kepercayaan, dan norma sosial mampu membantu pelaku usaha menciptakan nilai lebih bagi pelanggan serta memperkuat posisi usaha dibandingkan pesaing.

e. Pengaruh *Competitive Advantage* terhadap *Business Performance*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Competitive Advantage* terbukti mampu meningkatkan Business Performance. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa usaha mikro yang memiliki keunggulan dibandingkan pesaing cenderung lebih mudah dalam meningkatkan kinerja usahanya. *Competitive Advantage* tercermin dari kemampuan usaha dalam menawarkan produk yang unik, berkualitas, memiliki harga bersaing, serta sulit ditiru oleh kompetitor. Oleh karena itu, semakin tinggi keunggulan bersaing yang dimiliki pelaku usaha mikro, semakin besar peluang peningkatan *business performance*. Temuan ini sejalan dengan penelitian Purwatiningsih et al., (2023) yang menjelaskan bahwa *competitive advantage* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha, sehingga peningkatan keunggulan bersaing akan diikuti oleh peningkatan

kinerja bisnis.

f. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap *Business Performance* melalui *Competitive Advantage*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan terbukti mampu meningkatkan *Business Performance* melalui *Competitive Advantage*. Temuan ini menegaskan bahwa *Competitive Advantage* berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara orientasi kewirausahaan terhadap peningkatan kinerja usaha. Orientasi Kewirausahaan yang kuat memungkinkan pelaku usaha mikro untuk menghasilkan produk atau layanan yang memiliki nilai tambah, sehingga mampu membentuk keunggulan bersaing dan mendorong peningkatan *Business Performance*. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Yuliati et al., 2022), Orientasi Kewirausahaan dapat berpengaruh langsung terhadap *Business Performance* baik secara langsung maupun tidak langsung melalui *Competitive Advantage*.

g. Pengaruh Modal Sosial terhadap *Business Performance* melalui *Competitive Advantage*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Modal Sosial terbukti mampu meningkatkan *Business Performance* melalui *Competitive Advantage*. Temuan ini menunjukkan bahwa *Competitive Advantage* berfungsi sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut. Modal Sosial yang kuat, seperti jaringan, kepercayaan, dan kerja sama, mampu mendorong terbentuknya keunggulan bersaing yang berdampak pada peningkatan kinerja usaha. Dengan demikian, semakin optimal pemanfaatan Modal Sosial dalam membangun *Competitive Advantage*, maka semakin tinggi pula *Business Performance*. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Chandra et al., 2022), *Competitive Advantage* mampu memediasi hubungan antara Modal Sosial dan *Business Performance*.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan berdampak positif terhadap *Business Performance* serta *Competitive Advantage*. Sementara itu, Modal Sosial hanya memberikan pengaruh signifikan terhadap *Competitive Advantage* dan tidak berpengaruh secara langsung terhadap *Business Performance*. Di sisi lain, *Competitive Advantage* terbukti memberikan dampak positif terhadap *Business Performance*. Temuan penelitian ini juga mengindikasikan bahwa *Competitive Advantage* berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara Orientasi Kewirausahaan dan Modal Sosial terhadap *Business Performance*. Oleh karena itu, peningkatan kinerja usaha mikro dapat dilakukan melalui penguatan Orientasi Kewirausahaan dan optimalisasi Modal Sosial yang diarahkan pada pembentukan keunggulan bersaing.

Saran

Pelaku usaha mikro di Kabupaten Sidoarjo disarankan memperkuat Orientasi Kewirausahaan melalui inovasi, sikap proaktif, keberanian mengambil risiko, dan kemampuan membaca peluang pasar. Selain itu, optimalisasi Modal Sosial juga perlu dilakukan melalui perluasan jaringan, pembangunan kepercayaan, dan penguatan kerja sama, sehingga mampu menciptakan *Competitive Advantage* yang berdampak pada peningkatan *Business Performance*. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel tambahan, seperti orientasi pasar, inovasi produk, pemasaran digital, kualitas sumber daya manusia, maupun akses terhadap permodalan, agar cakupan penelitian menjadi lebih luas. Selain itu, penggunaan objek penelitian dan metode yang berbeda juga dianjurkan untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, D., & Soemantri, A. I. (2020). Entrepreneurship Orientation Strategy, Market Orientation And Its Effect On Business Performance In MSMEs. *Ekspektra : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.25139/ekt.v4i1.2163>
- Al Faustina, T., Muzdalifah, L., Novie, M., Sholikhah, A., & Ekonomi, D. (2025). Pengaruh Manajemen Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM Melalui Keunggulan Kompetitif di Kabupaten Sidoarjo Penulis korespondensi. In *Jurnal Internasional Ilmu Sosial* (Vol. 15, Number 1). www.ijosea.isha.or.id
- Artaya, I. P., Kamisutra, M., & Arimbawa, G. I. (2024). Peningkatan Kemampuan Adaptasi Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Mendukung Perbaikan Manajemen Usaha Mikro di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Tata Sejuta STIA Mataram*, 10. <http://ejurnalstiamataram.ac.id>
- Bulan, A. A., Yamin, M., & Marzuki, S. N. (2025). Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Kinerja Usaha Mikro Di Kabupaten Bone Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone. *Journal of Innovative and Creativity*, 1(1), 23. <https://joecy.org/index.php/joecy>
- Chandra, E., Julyanthry, Rahmayanti, P. L. D., Syarifa Diah Kusuma, Rr. C., & Sudirman, A. (2022). Analyzing Business Performance from Human Capital and Social Capital with Competitive Advantage as Mediating Variable. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 06(11), 137–151. <https://doi.org/10.51505/ijebmr.2022.61110>
- Darmawan, D., Fuady, A. H. R., Mardikaningsih, R., & Retnowati, E. (2022). Tiga Pilar Sukses: Perilaku Kewirausahaan, Etika Bisnis, dan Modal Sosial Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 3(5), 185–192. <https://doi.org/10.47065/tin.v3i5.4112>
- Fatchuroji, A., Sabihaini, & Sutiono, H. T. S. (2020). Pengaruh Perencanaan Strategi Bisnis terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah yang Dimediasi Strategi Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Administrasi Bisnis (JABis)*, 18(1), 14–25.
- Firdausi, A. (2024, April 3). Ekonomi Sidoarjo Melesat 6,16 Persen, Tertinggi Kedua di Jatim dan Lampau Surabaya. *Radarsidoarjo.Jawapos.Com*.
- Hadi, S., & Purwati, A. A. (2020). Modal Sosial dan Inovasi terhadap Kinerja Bisnis UMKM Social and Innovation Capital on MSME Business Performance. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 4.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Third Edition*.
- Hoesada, J. D. (2025, March 15). APBN Pengembangan UMKM NKRI. *Ksap.Org*.
- Kiyabo, K., & Isaga, N. (2020). Entrepreneurial orientation, competitive advantage, and SMEs' performance: application of firm growth and personal wealth measures.

Journal of Innovation and Entrepreneurship, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00123-7>

- Komarudin. (2021). *Komarudin-Implementasi Orientasi Dan Strategi Kewirausahaan untuk mencapai Peningkatan Kinerja UMKM. VIII(1)*. <https://doi.org/https://doi.org/10.54131/jbma.v8i1.117>
- Lestari, D. A., Savitri, E., & Natariasari, R. (2021). Kinerja UMKM Ditinjau dari Budaya Organisasi, Orientasi Kewirausahaan, Manajemen Kualitas Total, dan Modal Sosial. *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Bisnis Terkini*, 2.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. In *Source: The Academy of Management Review* (Vol. 21, Number 1).
- Medhika, N. G. A. J., Giantari, I. G. A. K., & Yasa, N. N. K. (2018). Peran Keunggulan Bersaing dalam Memediasi Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja UKM. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i2.29>
- Nuraini, R., & Darmawan, D. (2024). Keberlanjutan UMKM: Dampak Orientasi Kewirausahaan untuk Peningkatan Kinerja Bisnis. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 2.
- Purwatiningsih, Nofrayanti, & Rosini, L. (2023). Pengaruh Competitive Advantage dan Ketidakpastian Lingkungan Terhadap Kinerja Usaha dan Implikasinya Pada Keberlanjutan usaha. *Jurnal Ilmu Global Education*.
- Putnam, R. D. (1993). *The Prosperous Social Capital and Public Life*.
- Ramadanti, F. G., Tantriana, D., Putranto, H. A., Samsuri, A., & Saifuddin, M. (2024). Orientasi Kewirausahaan dan Keunggulan Kompetitif sebagai Faktor Pendorong Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Surabaya. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 5(01), 113–130. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v5i01.865>
- Rasyid, A., Sudirman, A., Steven, Sembiring, M. S., & Agung, S. (2022). *Manajemen Strategik*. <https://www.researchgate.net/publication/367165557>
- Sefanya, S., & Le, M. (2024). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM dengan Dimediasi Keunggulan Kompetitif*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. www.wileypluslearningspace.com
- Setiyanto, A., Lusianti, D., & Faidah, F. (2024). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Saluran Distribusi Terhadap Keberhasilan Kewirausahaan Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Mediasi Pada Sentra Kopi Muria Kudus. *Jurnal Studi Manajemen Bisnis (JSMB)*, 04(01).

- Sihombing, P. R., Arsani, A. M., Oktaviani, M., Nugraheni, R., Wijaya, L., & Muhammad, I. (2024). *Aplikasi SmartPLS 4.0 Untuk Statistisi Pemula*.
- Siswati, E., & Alfiansyah, R. (2020). Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner Berbasis Inovasi (Studi pada UMKM Keripik Samiler Kasper di Sidoarjo). *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 84–90. <https://doi.org/10.38076/idejeb.v1i2.18>
- Sulistyo, H., & Ayuni, S. (2020). Competitive advantages of SMEs: The roles of innovation capability, entrepreneurial orientation, and social capital. *Contaduria y Administracion*, 65(1). <https://doi.org/10.22201/FCA.24488410E.2020.1983>
- Suriyanti, L. H., Ramdani, D., Romadhon, B., & Muhammadiyah Riau, U. (2024). Modal sosial, kepemimpinan kewirausahaan dan kinerja UMKM di Pekanbaru : Pengaruh mediasi kemampuan inovasi. *Nautical: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2. <https://jurnal.arkainstitute.co.id/index.php/nautical/index>
- Susanto, O. A., & Sukarno, G. (2022). Analisis Kompetensi Entrepreneurial, Strategi Kewirausahaan dan Modal Sosial terhadap Kinerja Usaha pada UMKM Mebel di Kota Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(3), 673–685. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i3.713>
- Syaputra, A., Dwi Ananda, M., Juvekillano, M., Tovarel, R., Apriyanto, Y., & Sanjaya, V. F. (2024). Strategi Inovasi dalam Meningkatkan Competitive Advantage di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2).
- Teddy, G. E., & Le, M. (2025). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha pada UMKM Dengan Dimediasi Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 07, 526–536.
- Yani, A., Eliyana, A., Ketut Sudiarditha, I. R., & Dharmawan Buchdadi, A. (2020). The Impact of Social Capital, Entrepreneurial Competence on Business Performance: An Empirical Study of SMEs. In *Systematic Reviews in Pharmacy* (Vol. 11, Number 9).
- Yuliati, E., Ramadhani, Y. C., & Wahyuni, D. U. (2022). Entrepreneurship Orientation and Market Orientation and on Business Performance Through Competitive Advantage. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(6). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i6/13347>
- Zaini, A., Poernamawati, D. E., & Rahmi, A. (2025). Studies Management and Finance Economics, of Journal The Influence of Social Capital on Competitive Advantage through Market Orientation in SMEs. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 08. <https://doi.org/10.47191/jefms/v8i10-31>
- Zeera. (2025, November 8). Bupati Sidoarjo Kukuhkan Pengurus Dekranasda, Dorong Produk Lokal Naik Kelas dan Berdaya Saing. *Jatimsatunews.Com*.