

PENGARUH KEMAMPUAN MENGENALI PELUANG DAN JARINGAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA USAHA PADA PEDAGANG PAKAIAN PUSAT PASAR MEDAN

^{1*}Muhammad Al Qodri, ²Sari Wulandari, ³Wan Dian Safina, ⁴Horia Siregar

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah

*e-mail: muhammadalqodri@umnaw.ac.id

Abstract: This research investigates the influence of Opportunity Recognition Ability and Entrepreneurial Networks on the Business Performance of clothing traders at Pusat Pasar Medan. Employing a quantitative research design through multiple linear regression analysis, the study involved 60 respondents selected via purposive sampling. The analysis reveals that Entrepreneurial Networks exert a positive and significant impact on Business Performance ($p = 0.003 < 0.05$), whereas Opportunity Recognition Ability does not significantly affect performance ($p = 0.676 > 0.05$). Nonetheless, when tested simultaneously, both variables demonstrate a significant joint influence on Business Performance ($p = 0.011 < 0.05$). The coefficient of determination ($R^2 = 0.145$) suggests that these factors explain only a small portion of performance variation, indicating the presence of other influential determinants. These results underscore the strategic importance of strengthening entrepreneurial networking as a critical effort to enhance the competitiveness and performance of MSMEs in the clothing trade sector.

Keywords: Opportunity Recognition Ability, Entrepreneurial Networks, Business Performance, Clothing Traders

Abstrak: Kajian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh Kemampuan Mengenali Peluang dan Jaringan Kewirausahaan sehubungan dengan Kinerja Usaha pada pedagang pakaian di Pusat Pasar Medan. Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif, pelaku usaha dituntut untuk mengoptimalkan faktor internal maupun eksternal agar mampu mempertahankan dan meningkatkan kinerja usahanya. Metode kajian yang dipakai ialah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Kajian melibatkan 60 pedagang aktif yang ditentukan melalui teknik purposive sampling. Capaian analisis menunjukkan bahwa Jaringan Kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan mempunyai dampak sehubungan dengan Kinerja Usaha ($p = 0,003 < 0,05$), sedangkan Kemampuan Mengenali Peluang tidak memberikan pengaruh yang mempunyai dampak ($p = 0,676 > 0,05$). Secara simultan, kedua komponen berpengaruh secara mempunyai dampak sehubungan dengan Kinerja Usaha ($p = 0,011 < 0,05$). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,145 mengindikasikan bahwa kontribusi kedua komponen sehubungan dengan pengembangan kinerja usaha masih relatif rendah, sehingga dimungkinkan adanya faktor lain yang lebih dominan memengaruhi capaian tersebut. Temuan kajian ini menegaskan bahwa penguatan jaringan kewirausahaan ialah strategi krusial bagi pelaku UMKM, khususnya dalam sektor perdagangan pakaian, guna memperluas akses informasi, meningkatkan kolaborasi, serta memperkuat daya saing usaha di tengah dinamika pasar yang terus berubah.

Kata Kunci: Kemampuan Mengenali Peluang, Jaringan Kewirausahaan, Kinerja Usaha, Pedagang Pakaian

PENDAHULUAN

Pusat Pasar Medan ialah salah satu pusat perdagangan terbesar dan tertua di Kota Medan yang telah menjadi denyut nadi aktivitas ekonomi masyarakat sejak puluhan tahun silam. Terletak strategis di jantung kota, pasar ini menjadi sentra kegiatan jual beli yang didominasi oleh pedagang pakaian, baik eceran maupun grosir. Dengan lalu lintas pengunjung yang tinggi setiap harinya, Pusat Pasar Medan tidak hanya menjadi tempat perputaran ekonomi lokal, tetapi juga menjadi barometer dinamika perdagangan tradisional di tengah gempuran modernisasi ritel dan digitalisasi pasar. Keberadaan para



pedagang di pusat ini memainkan peran penting dalam menopang sektor usaha kecil menengah (UKM), yang turut berkontribusi sehubungan dengan pertumbuhan ekonomi daerah.

Meskipun memiliki potensi ekonomi yang mempunyai dampak, para pedagang pakaian di Pusat Pasar Medan masih menghadapi berbagai hambatan struktural dan manajerial yang menghalangi optimalisasi kinerja usaha mereka. Salah satu permasalahan utama terletak pada rendahnya kemampuan dalam mengenali perubahan tren pasar serta kebutuhan konsumen yang terus berubah secara dinamis. Banyak pedagang yang masih bersifat reaktif sehubungan dengan kondisi pasar dan belum mampu memanfaatkan teknologi informasi untuk mengidentifikasi peluang bisnis secara strategis. Di sisi lain, keterbatasan dalam membangun jaringan kerja sama dan minimnya keterlibatan dalam komunitas kewirausahaan turut menghambat akses sehubungan dengan informasi pasar, sumber pendanaan, serta inovasi pengelolaan usaha. Akibatnya, kinerja usaha cenderung stagnan, yang tercermin dari pertumbuhan penjualan yang lambat, rendahnya efisiensi operasional, dan kurangnya loyalitas pelanggan. Maka dari itu, diperlukan strategi pengembangan yang lebih sistematis dan berkelanjutan untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan para pedagang, baik melalui penguatan kemampuan mengenali peluang pasar maupun pembangunan jaringan kewirausahaan yang efektif, guna menghadapi tantangan kompetisi bisnis yang semakin ketat di era modern.

Kewirausahaan memiliki peran strategis dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi daerah melalui penciptaan lapangan kerja, pengembangan pendapatan, serta penguatan struktur ekonomi lokal. Usaha Kecil dan Menengah (UKM), termasuk para pedagang pakaian di Pusat Pasar Medan, ialah salah satu motor penggerak utama yang memberikan kontribusi nyata sehubungan dengan aktivitas ekonomi masyarakat. Namun demikian, dalam konteks persaingan bisnis yang semakin kompetitif dan dinamika pasar yang berubah secara cepat, kinerja usaha pedagang menghadapi berbagai tantangan serius. Salah satu kendala utama yang diidentifikasi ialah rendahnya kemampuan dalam mengenali peluang usaha baru serta terbatasnya jaringan kewirausahaan yang dimiliki. Kondisi tersebut membatasi kapasitas pedagang untuk beradaptasi sehubungan dengan perubahan pasar, berinovasi dalam strategi bisnis, serta memperluas pangsa pasar secara berkelanjutan. Maka dari itu, pengembangan kompetensi kewirausahaan dan penguatan jaringan usaha menjadi faktor kunci dalam membangun daya saing dan memastikan keberlanjutan kinerja UKM di sektor perdagangan pakaian (Rahman, 2021)

Kemampuan mengenali peluang usaha ialah keterampilan utama yang harus dimiliki seorang wirausahawan. Keterampilan ini meliputi identifikasi kebutuhan pasar, pemanfaatan tren konsumen, dan adaptasi sehubungan dengan perubahan lingkungan bisnis. Namun, kajian menunjukkan bahwa banyak pedagang di Pusat Pasar Medan masih kurang memahami aspek ini, sehingga operasional mereka cenderung reaktif dan tidak mampu memanfaatkan peluang strategis yang dapat meningkatkan kinerja usaha (Nurhayani, Putri, Kartika, & Barella, 2024).

Jaringan kewirausahaan memiliki peran yang sangat vital dalam mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan usaha, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah. Melalui jaringan ini, pelaku usaha dapat bertukar informasi, memperoleh akses sehubungan dengan sumber daya, serta menjalin kolaborasi strategis yang berdampak positif pada pengembangan bisnis. Keberadaan jaringan kewirausahaan yang kuat memungkinkan pedagang untuk lebih cepat memperoleh informasi mengenai tren pasar, peluang investasi, serta inovasi dalam manajemen usaha. Namun, dalam konteks pedagang pakaian di Pusat Pasar Medan, masih ditemukan kendala dalam membangun dan memanfaatkan jaringan kewirausahaan secara optimal. Rendahnya partisipasi dalam forum bisnis, komunitas wirausaha, maupun platform digital menyebabkan pedagang kehilangan peluang untuk memperluas jejaring, mengakses informasi penting, dan meningkatkan kapasitas usaha. Dengan demikian, penguatan dan perluasan akses sehubungan dengan jaringan kewirausahaan menjadi langkah strategis yang perlu diupayakan guna meningkatkan daya saing, adaptabilitas, dan keberlanjutan usaha di tengah perubahan pasar yang semakin dinamis (Rupina, Analisa, & Belo, 2025).

Kinerja usaha ialah indikator utama untuk menilai keberhasilan suatu usaha, yang dapat diukur melalui berbagai aspek seperti pengembangan penjualan, efisiensi operasional, pertumbuhan laba, dan daya saing usaha. Dalam konteks pedagang pakaian di Pusat Pasar Medan, kinerja usaha sering kali dipengaruhi oleh kemampuan pedagang dalam mengenali peluang dan memanfaatkan jaringan kewirausahaan. Pedagang dengan kinerja tinggi biasanya mampu beradaptasi sehubungan dengan perubahan pasar, mengimplementasikan strategi inovatif, dan menjalin kerja sama yang menguntungkan. Sebaliknya, keterbatasan dalam komponen X1 dan X2 sering kali menyebabkan



stagnasi atau bahkan penurunan kinerja usaha. Maka dari itu, kajian ini bertujuan untuk memahami sejauh mana kedua komponen tersebut memengaruhi kinerja usaha pedagang pakaian (Handayani & Martini, 2024).

Dalam konteks kajian ini, fokus utama diarahkan pada analisis pengaruh Kemampuan Mengenali Peluang dan Jaringan Kewirausahaan sehubungan dengan Kinerja Usaha para pedagang pakaian di Pusat Pasar Medan. Kajian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai sejauh mana kedua faktor tersebut berperan dalam meningkatkan kinerja usaha, khususnya pada sektor perdagangan pakaian. Melalui pendekatan kuantitatif, kajian ini berupaya untuk mengukur kontribusi komponen kemampuan mengenali peluang dan jaringan kewirausahaan sehubungan dengan berbagai indikator kinerja usaha, seperti pengembangan volume penjualan, efisiensi operasional, serta daya saing bisnis. Sebagai bagian dari tahap awal kajian, disusun tiga tabel instrumen pra-survei yang berisi pernyataan (item) kajian menggunakan skala Likert 1–5, guna memperoleh data yang lebih objektif dan terukur untuk mendukung analisis empiris.

Berdasarkan capaian observasi awal, pedagang pakaian di Pusat Pasar Medan menghadapi berbagai tantangan yang memengaruhi kinerja usaha mereka, terutama dalam aspek kemampuan mengenali peluang usaha dan pemanfaatan jaringan kewirausahaan. Capaian kuesioner prasurvei menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang masih memiliki keterbatasan dalam mengenali tren pasar, memanfaatkan perubahan lingkungan bisnis, dan menjalin kerja sama strategis dengan pelaku usaha lainnya. Selain itu, kurangnya akses ke forum bisnis, komunitas kewirausahaan, dan jaringan digital menghambat pengembangan usaha mereka. Hal ini berdampak pada kinerja usaha yang tidak optimal, ditandai dengan rendahnya tingkat inovasi, efisiensi operasional, dan daya saing. Temuan ini menegaskan pentingnya pendidikan dan pelatihan kewirausahaan yang fokus pada pengembangan kemampuan mengenali peluang serta penguatan jaringan kewirausahaan untuk mendukung keberlanjutan usaha para pedagang.

KAJIAN TEORI

Kemampuan Mengenali Peluang Usaha

Kemampuan mengenali peluang usaha ialah salah satu kompetensi esensial yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan dalam menghadapi dinamika bisnis yang terus berubah. Menurut Thomas W. Zimmerer, peluang usaha dapat diartikan sebagai pengimplementasian kreativitas dan inovasi dalam upaya memecahkan masalah serta memanfaatkan kesempatan yang muncul dalam kehidupan sehari-hari. Kemampuan ini meliputi proses identifikasi, analisis, dan evaluasi sehubungan dengan potensi pasar, tingkat permintaan sehubungan dengan produk atau jasa, serta kondisi persaingan usaha yang ada.

Wirausahawan yang memiliki kemampuan tinggi dalam mengenali peluang akan lebih unggul dalam menciptakan nilai tambah melalui produk atau jasa yang ditawarkan. Pandangan ini sejalan dengan pendapat Dr. Rina Rachmawati, yang menyatakan bahwa kegiatan kewirausahaan ialah proses pemberian nilai tambah sehubungan dengan produk atau layanan melalui transformasi, kreativitas, inovasi, dan kepekaan sehubungan dengan lingkungan sekitar (Zr, Munadia, Lubis, & Keling, 2023).

Lebih lanjut, kemampuan mengenali peluang tidak hanya ditentukan oleh intuisi semata, tetapi juga membutuhkan analisis mendalam sehubungan dengan faktor-faktor eksternal, seperti tren pasar, perubahan perilaku konsumen, serta kekuatan kompetitor. Melalui analisis peluang yang sistematis dan komprehensif, seorang wirausahawan dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang kondisi pasar dan menyusun strategi bisnis yang adaptif dan berorientasi pada kebercapaian jangka panjang.

Jaringan Kewirausahaan

Jaringan kewirausahaan mencakup hubungan atau koneksi antara wirausahawan dengan berbagai pihak, seperti pemasok, pelanggan, lembaga pemerintah, investor, maupun sesama pelaku usaha. Jaringan tersebut tidak hanya berperan sebagai media pertukaran informasi, tetapi juga menjadi sarana strategis dalam memperluas akses sehubungan dengan berbagai sumber daya yang dibutuhkan untuk pengembangan dan keberlanjutan usaha. Sejalan dengan pendapat tersebut, bahwa keberadaan jaringan kewirausahaan yang kuat dapat meningkatkan kemampuan adaptasi, inovasi, serta daya saing pelaku usaha dalam menghadapi perubahan dan tantangan lingkungan bisnis.

Keberadaan jaringan bisnis yang luas berkontribusi mempunyai dampak sehubungan dengan kemampuan adaptasi dan inovasi pelaku usaha mikro dan kecil. Jaringan kewirausahaan memiliki peran penting dalam meningkatkan peluang kebercapaian bisnis, khususnya bagi wirausahawan pemula.



Seorang wirausahawan dengan jaringan yang kuat memiliki akses sehubungan dengan informasi pasar, perubahan tren konsumen, serta peluang investasi (Isnani & Nuraeni, 2025).

Selain memberikan manfaat dalam bentuk informasi dan sumber daya, jaringan kewirausahaan juga memfasilitasi proses pembelajaran antar pelaku usaha. Melalui interaksi dengan berbagai aktor ekonomi, wirausahawan dapat memperoleh pengalaman praktis dan pengetahuan baru yang relevan untuk pengembangan usaha. Interaksi dalam jaringan juga dapat meningkatkan kepercayaan diri wirausahawan dalam menghadapi risiko bisnis dan mengambil keputusan strategis.

Dalam konteks globalisasi dan perkembangan teknologi digital, jaringan kewirausahaan juga mengalami transformasi. Saat ini, banyak wirausahawan membentuk jaringan tidak hanya secara fisik, tetapi juga melalui platform daring seperti media sosial, marketplace, dan forum bisnis digital. Dengan demikian, jaringan kewirausahaan tidak hanya berperan sebagai alat bantu dalam menjalankan usaha, tetapi juga sebagai aset strategis dalam pengembangan bisnis jangka panjang. Melalui jaringan yang efektif, wirausahawan dapat memperkuat posisi usaha, meningkatkan daya saing, serta memperluas cakupan pasar. Maka, penting bagi setiap pelaku usaha untuk membangun dan memelihara jaringan yang solid dan saling menguntungkan.

Kinerja Usaha

Kinerja usaha ialah ukuran komprehensif yang menggambarkan tingkat kebercapaian suatu entitas bisnis dalam mencapai tujuan strategisnya, baik dari segi keuangan maupun non-keuangan. Kinerja usaha mencerminkan kemampuan dan efektivitas perusahaan dalam mengelola sumber daya untuk menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan, mencakup aspek profitabilitas, efisiensi operasional, serta daya saing di pasar (Saputra & Khalik, 2024).

Dalam perspektif kewirausahaan modern, kebercapaian suatu usaha tidak lagi hanya ditentukan oleh kemampuan manajerial semata, melainkan juga oleh inovasi, fleksibilitas strategi, dan kekuatan jejaring bisnis. Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memiliki kemampuan untuk mengenali peluang pasar serta menjalin kolaborasi strategis cenderung menunjukkan tingkat kinerja usaha yang lebih tinggi, khususnya dalam menghadapi kondisi ekonomi yang tidak menentu. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor eksternal seperti perubahan permintaan pasar dan akses sehubungan dengan jaringan bisnis, serta faktor internal seperti gaya kepemimpinan dan efisiensi manajerial, memiliki pengaruh yang mempunyai dampak sehubungan dengan kebercapaian dan daya saing usaha (Damayanti, Roni, & Subagja, 2025).

Lebih lanjut, dalam upaya mengukur kinerja usaha secara menyeluruh, diperlukan pendekatan multidimensional. Penggunaan indikator nonkeuangan—seperti kepuasan pelanggan, tingkat inovasi produk, serta kemampuan pembelajaran organisasi—sebagai pelengkap dari pengukuran kinerja finansial. Pendekatan ini dianggap penting, terutama bagi UMKM yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga menekankan pada keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Dengan demikian, pemahaman yang komprehensif sehubungan dengan faktor-faktor strategis dan operasional menjadi kunci dalam merumuskan kebijakan bisnis yang adaptif, inovatif, dan berkelanjutan, guna memastikan daya tahan dan pertumbuhan usaha di tengah dinamika lingkungan bisnis modern.

Hipotesis

H1: Diduga Kemampuan Mengenali Peluang (X1) berpengaruh sehubungan dengan Kinerja Usaha (Y).

H2: Diduga Jaringan Kewirausahaan (X₂) berpengaruh sehubungan dengan Kinerja Usaha (Y).

H3: Diduga Kemampuan Mengenali Peluang (X1) dan Jaringan Kewirausahaan (X₂) secara bersama – sama berpengaruh mempunyai dampak sehubungan dengan Kinerja Usaha (Y).

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2019) desain kajian kuantitatif ialah suatu pendekatan ilmiah yang berlandaskan pada paradigma positivisme, di mana realitas dianggap dapat diukur secara objektif melalui data empiris. Pendekatan ini dipakai untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data menggunakan instrumen terstandar, seperti angket atau kuesioner. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kuantitatif melalui teknik statistik, dengan tujuan utama untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Dengan demikian, desain kajian ini berfokus



pada pengukuran hubungan antarkomponen secara objektif dan sistematis, guna memperoleh kesimpulan yang dapat digeneralisasikan secara ilmiah.

Populasi, Sampel, Teknik Sampling

Populasi dalam kajian ini mencakup seluruh pelaku usaha yang beroperasi di lantai 1 dan lantai 2 Pusat Pasar Medan, dengan jumlah keseluruhan 150 orang, terdiri atas pedagang pakaian, kain dan tekstil, sepatu dan sandal, perlengkapan rumah tangga, serta aksesoris dan kebutuhan harian lainnya. Untuk menentukan jumlah sampel yang representatif, dipakai rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 10%, sehingga diperoleh 60 responden sebagai sampel kajian.

Teknik pengambilan sampel yang dipakai ialah purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan kajian, yaitu pedagang aktif yang memiliki pengalaman minimal satu tahun dalam menjalankan usaha di Pusat Pasar Medan.

Kajian ini dilaksanakan di Pusat Pasar Medan, salah satu pusat perdagangan terbesar di Kota Medan, yang dipilih karena memiliki keragaman jenis usaha dan intensitas interaksi antar pelaku bisnis yang tinggi, sehingga dianggap mampu memberikan gambaran representatif mengenai pengaruh Kemampuan Mengenali Peluang dan Jaringan Kewirausahaan sehubungan dengan Kinerja Usaha.

Kegiatan kajian berlangsung selama enam bulan, yaitu dari Januari hingga Juni, mencakup tahapan pengumpulan data sekunder, penyebaran kuesioner, pengolahan data, hingga analisis statistik menggunakan regresi linier berganda. Capaian dari kajian ini diharapkan dapat memberikan wawasan strategis bagi para pedagang dalam meningkatkan kinerja usaha dan memperkuat daya saing di sektor perdagangan lokal.

Jenis Data Dan Sumber Data

Kajian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, yaitu metode yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan serta pengaruh antarkomponen berdasarkan data numerik yang diperoleh dari responden. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengukur sejauh mana komponen bebas memengaruhi komponen terikat melalui analisis statistik yang sistematis dan terukur.

Sumber data yang dipakai dalam kajian ini terdiri atas dua jenis, yakni data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden, yaitu para pelaku usaha yang beroperasi di Pusat Pasar Medan, melalui pengisian kuesioner yang telah disusun sesuai dengan indikator setiap komponen kajian. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai referensi tertulis seperti buku, jurnal ilmiah, laporan kajian terdahulu, serta dokumen resmi yang relevan dengan topik dan komponen kajian. Kombinasi kedua sumber data ini bertujuan untuk memperkuat validitas capaian kajian dan memberikan gambaran yang lebih komprehensif sehubungan dengan fenomena yang dikaji

Metode Pengumpulan Data dan Metode Pengolahan Data

Pengumpulan data dalam kajian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa metode agar capaian yang diperoleh lebih akurat dan representatif. Metode pertama ialah observasi langsung, yaitu pengamatan sehubungan dengan aktivitas dan interaksi pelaku usaha di lokasi kajian untuk memahami konteks lingkungan bisnis secara nyata. Metode kedua ialah kuesioner atau angket, di mana responden diminta menjawab sejumlah pertanyaan tertutup yang disusun berdasarkan indikator komponen kajian. Metode ketiga ialah studi pustaka, yaitu penelusuran berbagai literatur dan sumber ilmiah yang berkaitan dengan teori kewirausahaan, jaringan usaha, serta kinerja bisnis.

Setelah seluruh data terkumpul, tahap berikutnya ialah pengolahan data. Proses ini dilakukan dengan bantuan perangkat lunak Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 25. Analisis dilakukan melalui beberapa tahap, mulai dari proses pengkodean data, tabulasi, hingga analisis statistik deskriptif dan inferensial. Teknik analisis yang dipakai meliputi regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kemampuan mengenali peluang dan jaringan kewirausahaan sehubungan dengan kinerja usaha.

Alat Pengukur Data

Instrumen yang dipakai untuk mengukur data dalam kajian ini ialah Skala Likert, yang dirancang untuk menilai sikap, persepsi, serta tingkat persetujuan responden sehubungan dengan setiap pernyataan yang diajukan. Skala ini terdiri dari lima tingkatan jawaban, yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), dan sangat setuju (5). Melalui penggunaan skala ini, setiap jawaban responden dapat dikonversi menjadi data kuantitatif yang selanjutnya diolah secara statistik. Skala Likert dipilih karena kemampuannya dalam memberikan gambaran yang jelas mengenai kecenderungan sikap responden sehubungan dengan setiap komponen yang diteliti.



Teknik analisis data

Menurut (Sugiyono, 2019), teknik analisis data ialah seperangkat prosedur sistematis yang dipakai untuk mengolah dan menafsirkan data, baik yang bersumber dari fenomena alam maupun sosial. Dalam kajian ini, analisis data dilakukan sehubungan dengan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui observasi, wawancara, serta penyebaran kuesioner, sedangkan data sekunder dikumpulkan dari dokumentasi, laporan penjualan, literatur ilmiah, dan sumber relevan lainnya. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan pendekatan statistik deskriptif untuk memberikan gambaran umum sehubungan dengan karakteristik responden dan komponen kajian.

Selanjutnya, analisis inferensial diterapkan dengan menggunakan metode regresi linier berganda guna menguji pengaruh kemampuan mengenali peluang (X_1) dan jaringan kewirausahaan (X_2) sehubungan dengan kinerja usaha (Y). Sebelum model regresi dipakai, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, heterokedastisitas, dan multikolinearitas, agar model memenuhi syarat statistik dan layak dipakai. Selain itu, uji validitas dilakukan dengan teknik Corrected Item-Total Correlation dan menunjukkan seluruh item valid ($r_{hitung} \geq 0,214$), sedangkan uji reliabilitas dengan koefisien Cronbach's Alpha $> 0,70$ membuktikan bahwa instrumen kajian konsisten dan dapat dipercaya sebagai alat ukur.

Analisis regresi linier berganda dalam kajian ini menggunakan persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$. Melalui persamaan ini, dilakukan uji F untuk mengetahui pengaruh simultan antara kedua komponen independen sehubungan dengan komponen dependen, serta uji t untuk mengukur pengaruh parsial dari masing-masing komponen bebas. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) dipakai untuk mengukur besarnya kontribusi komponen kemampuan mengenali peluang dan jaringan kewirausahaan sehubungan dengan kinerja usaha. Nilai R^2 yang tinggi menunjukkan bahwa kedua komponen independen memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan variasi kinerja usaha, sehingga capaian analisis ini dapat memberikan dasar empiris bagi pengembangan strategi bisnis pedagang di Pusat Pasar Medan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana instrumen kajian dapat mengukur konsep yang seharusnya diukur. Dalam kajian ini, validitas diuji menggunakan metode Corrected Item-Total Correlation, yaitu dengan melihat korelasi antara skor setiap item dengan skor total komponennya. Kriteria pengujian validitas ialah:

1. Jika nilai korelasi (r_{hitung}) $\geq r_{tabel}$ pada tingkat mempunyai dampaksi 5%, maka item dianggap valid.
2. Jika nilai korelasi (r_{hitung}) $< r_{tabel}$, maka item dianggap tidak valid dan harus diperbaiki atau dihapus.

Namun untuk mendapatkan r-tabel secara langsung dari nilai t-tabel, kita gunakan formula invers:

1. Derajat kebebasan (df) = $n - 2 = 60 - 2 = 58$
2. Tingkat mempunyai dampaksi (α) = 0.05 (uji dua arah biasanya, tapi validitas umumnya satu arah, tetap kita ambil dua arah sebagai umum)
3. Cari nilai t-tabel untuk df = 58 dan $\alpha = 0.05$ (dua sisi)
4. r-tabel = 0.214 untuk n = 60 dan $\alpha = 0.05$

Perhitungan uji validitas dilakukan menggunakan bantuan software statistik seperti SPSS atau Excel.

Tabel 1. Capaian Uji Validitas

Komponen	Pernyataan	Correlation Pearson	Kriteria Pengukuran Nilai	Status
Kemampuan Mengenali Peluang (X_1)	X1.1	0,990	0,214	Valid
	X1.2	0,981	0,214	Valid
	X1.3	0,941	0,214	Valid
	X1.4	0,990	0,214	Valid
	X1.5	0,981	0,214	Valid
Jaringan Kewirausahaan (X_2)	X2.1	0,976	0,214	Valid
	X2.2	0,955	0,214	Valid



Kinerja Usaha (Y)	X2.3	0,906	0,214	Valid
	X2.4	0,976	0,214	Valid
	X2.5	0,955	0,214	Valid
	Y.1	0,993	0,214	Valid
	Y.2	0,961	0,214	Valid
	Y.3	0,993	0,214	Valid
	Y.4	0,993	0,214	Valid
	Y.5	0,961	0,214	Valid
	Y.6	0,993	0,214	Valid

Berdasarkan capaian uji validitas yang tercantum pada Tabel 1, seluruh item pernyataan pada komponen Kemampuan Mengenali Peluang (X_1), Jaringan Kewirausahaan (X_2), dan Kinerja Usaha (Y) menunjukkan nilai Pearson Correlation yang lebih besar dari nilai batas minimal 0,214. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki hubungan yang mempunyai dampak dengan skor total komponennya masing-masing. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan dapat dipakai sebagai instrumen yang layak dalam mengukur konstruk kajian. Validitas yang memadai ini menegaskan bahwa instrumen kajian mampu menangkap makna konseptual dari komponen yang diteliti secara akurat dan konsisten.

Capaian tersebut juga memperlihatkan bahwa setiap item dalam kuesioner memiliki daya ukur yang baik dalam merepresentasikan dimensi teoretis dari komponen yang dikaji. Dengan validitas yang tinggi, maka instrumen kajian ini dapat dipakai dengan tingkat kepercayaan yang kuat dalam proses pengumpulan data. Hal ini memberikan jaminan bahwa data yang dicapainya bersifat sah dan dapat dijadikan dasar yang andal dalam tahap analisis statistik selanjutnya, termasuk dalam pengujian hubungan antarkomponen dan pengujian hipotesis kajian.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai sejauh mana instrumen kajian mampu memberikan capaian yang konsisten dan stabil apabila dipakai secara berulang dalam kondisi yang serupa. Dalam kajian ini, pengujian reliabilitas menggunakan metode Cronbach's Alpha, yang ialah ukuran statistik untuk menilai tingkat konsistensi internal antar item pernyataan dalam suatu komponen. Nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,70$ menunjukkan bahwa instrumen memiliki reliabilitas yang tinggi, sedangkan nilai $< 0,70$ menandakan bahwa instrumen tersebut kurang reliabel dan memerlukan perbaikan sehubungan dengan item-item penyusunnya.

Dengan demikian, suatu kuesioner dinyatakan reliable atau handal apabila nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh berada di atas 0,70. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa setiap item pernyataan dalam instrumen memiliki keterkaitan yang kuat dan mampu mengukur konstruk yang sama secara konsisten. Reliabilitas yang baik memastikan bahwa data yang dikumpulkan dari responden bersifat stabil dan dapat dipercaya untuk dipakai dalam analisis lebih lanjut, seperti uji validitas model dan pengujian hipotesis kajian.

1. Jika nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,70$, maka instrumen dianggap reliabel.
2. Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,70$, maka instrumen dianggap kurang reliabel dan perlu dilakukan revisi.

Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika memberikan nilai Cronbach Alpha diatas 0,7.

Tabel 2. Capaian Uji Reliabilitas

Komponen	Correlation Pearson	Kriteria Pengukuran Nilai	Keterangan
Kemampuan Mengenali Peluang (X_1)	0,987	0,700	Reliabel
Jaringan Kewirausahaan (X_2)	0,974	0,700	Reliabel
Kinerja Usaha (Y)	0,992	0,700	Reliabel

Berdasarkan capaian uji reliabilitas yang ditampilkan pada Tabel 2, seluruh komponen kajian, yaitu Kemampuan Mengenali Peluang (X_1), Jaringan Kewirausahaan (X_2), dan Kinerja Usaha (Y), menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yang secara mempunyai dampak melebihi batas minimal



reliabilitas sebesar 0,700. Capaian ini mengindikasikan bahwa setiap item pernyataan dalam masing-masing komponen memiliki tingkat konsistensi internal yang kuat dan stabil dalam mengukur konstruk yang dimaksud.

Dengan demikian, seluruh instrumen kajian dapat dinyatakan reliabel serta layak dipakai untuk proses analisis data lebih lanjut. Reliabilitas yang tinggi ini menegaskan bahwa alat ukur yang dipakai mampu mengcapaian data yang konsisten dan dapat dipercaya, sehingga memperkuat validitas temuan empiris dalam kajian mengenai pengaruh kemampuan mengenali peluang dan jaringan kewirausahaan sehubungan dengan kinerja usaha pedagang pakaian di Pusat Pasar Medan.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dipakai untuk mengukur dan menganalisis pengaruh Kemampuan Mengenali Peluang (X_1) dan Jaringan Kewirausahaan (X_2) sehubungan dengan Kinerja Usaha (Y), baik secara parsial maupun simultan. Metode ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi masing - masing komponen independen dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada komponen dependen. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memahami hubungan fungsional antarkomponen serta mengidentifikasi komponen mana yang memberikan pengaruh paling mempunyai dampak sehubungan dengan pengembangan kinerja usaha.

Uji statistik dilakukan dengan menggunakan uji Coefficients, di mana tingkat mempunyai dampaksi pengaruh setiap komponen independen dilihat dari nilai sig. (p-value) dan t-hitung. Selain itu, pengujian multikolinearitas dilakukan melalui nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) untuk memastikan tidak adanya korelasi tinggi antarkomponen bebas yang dapat mengganggu validitas model regresi. Capaian dari analisis ini menjadi landasan empiris dalam menentukan faktor dominan yang berkontribusi sehubungan dengan pengembangan kinerja usaha para pedagang pakaian di Pusat Pasar Medan, serta memberikan dasar bagi strategi pengembangan kewirausahaan yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Tabel 3. Capaian Regresi Linear Berganda Coefficientsa

	Model	Unstandardize d Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.497	4.289		3.14 7	.003		
	Kemampuan Mengenali Peluang X_1	-.062	.148	-.051	-.420	.676	.995	1.00 5
	Jaringan Kewirausahaan X_2	.552	.177	.383	3.124	.003	.995	1.00 5

a. Dependent Variable: Kinerja_Usaha_Y

Berdasarkan capaian analisis regresi linier berganda pada Tabel 3, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 13,497 - 0,062X_1 + 0,552X_2$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. Komponen Jaringan Kewirausahaan (X_2) memiliki pengaruh positif dan mempunyai dampak sehubungan dengan Kinerja Usaha (Y), dengan nilai koefisien sebesar 0,552 dan nilai mempunyai dampaksi 0,003 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik jaringan kewirausahaan yang dimiliki, maka kinerja usaha cenderung meningkat secara mempunyai dampak.
2. Komponen Kemampuan Mengenali Peluang (X_1) memiliki koefisien regresi negatif sebesar -0,062, dan nilai mempunyai dampaksi 0,676 ($> 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa komponen ini tidak berpengaruh mempunyai dampak sehubungan dengan kinerja usaha. Artinya, pengembangan kemampuan mengenali peluang belum tentu diikuti oleh pengembangan kinerja usaha.
3. Nilai konstanta sebesar 13,497 menunjukkan bahwa jika nilai kedua komponen independen (X_1 dan X_2) diasumsikan nol, maka nilai dasar dari Kinerja Usaha (Y) ialah sebesar 13,497.
4. Secara keseluruhan, dari kedua komponen bebas yang dianalisis, hanya komponen Jaringan Kewirausahaan yang memiliki kontribusi mempunyai dampak dalam meningkatkan Kinerja Usaha, sedangkan Kemampuan Mengenali Peluang tidak memberikan pengaruh yang berarti dalam model ini.



Uji t (Parsial)

Uji t (Parsial) ialah untuk melihat pengaruh komponen-komponen independen secara parsial sehubungan dengan komponen dependen. Dari capaian pengujian SPSS maka nilai uji t ialah sebagai berikut:

Tabel 4. Capaian Uji t (Parsial) Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	13.497	4.289		3.147
	Kemampuan Mengenali Peluang X ₁	-.062	.148	-.051	-.420
	Jaringan Kewirausahaan X ₂	.552	.177	.383	3.124

a. Dependent Variable: Kinerja_Usaha_Y

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada tabel Coefficients, variabel Kemampuan Mengenali Peluang (X₁) memiliki nilai t = -0.062 dengan nilai koefisien -0.051, yang menunjukkan bahwa X₁ tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha (Y) karena nilai t yang sangat kecil dan arah pengaruh negatif. Sebaliknya, variabel Jaringan Kewirausahaan (X₂) menunjukkan nilai t = 0.552 dengan koefisien 0.383 serta standar error yang relatif kecil, mengindikasikan bahwa X₂ berpengaruh positif dan lebih kuat terhadap Kinerja Usaha dibandingkan X₁, meskipun signifikansinya tetap perlu dilihat dari nilai p (Sig.). Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa kinerja usaha lebih dijelaskan oleh kekuatan jejaring kewirausahaan daripada kemampuan mengenali peluang.

Uji F (Simultan)

Uji F atau uji simultan dipakai untuk mengetahui apakah seluruh komponen independen, yaitu Kemampuan Mengenali Peluang (X₁) dan Jaringan Kewirausahaan (X₂), secara bersama-sama memiliki pengaruh yang mempunyai dampak sehubungan dengan komponen dependen yaitu Kinerja Usaha (Y). Pengujian ini bertujuan untuk menilai kekuatan model regresi secara keseluruhan dalam menjelaskan variasi pada komponen terikat. Dengan kata lain, uji F mengidentifikasi apakah kombinasi dari kedua komponen bebas mampu memberikan kontribusi yang berarti sehubungan dengan pengembangan kinerja usaha pelaku bisnis.

Berdasarkan capaian pengolahan data menggunakan SPSS versi 22.00, diperoleh nilai ANOVA (Analysis of Variance) yang menjadi dasar dalam penentuan mempunyai dampaksi model regresi. Jika nilai mempunyai dampaksi (p-value) yang dicapainya lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kedua komponen independen secara simultan berpengaruh mempunyai dampak sehubungan dengan kinerja usaha. Sebaliknya, apabila nilai mempunyai dampaksi lebih besar dari 0,05, maka model regresi dianggap tidak mempunyai dampak secara keseluruhan. Dengan demikian, uji F menjadi langkah awal penting untuk memastikan kelayakan model sebelum dilakukan analisis parsial sehubungan dengan masing-masing komponen independen.

Tabel 5. Uji F (Simultan)ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	114.214	2	57.107	4.897	.011b
	Residual Total	664.720	57	11.662		
		778.933	59			

a. Dependent Variable: Kinerja_Usaha_Y

b. Predictors: (Constant), Jaringan_Kewirausahaan_X₂, Kemampuan_Mengenali_Peluang_X₁

Berdasarkan capaian Uji F (ANOVA) yang disajikan pada Tabel 5, diperoleh nilai mempunyai dampaksi (Sig.) sebesar 0,011, yang berada di bawah batas mempunyai dampaksi 0,05. Capaian ini mengindikasikan bahwa model regresi secara simultan mempunyai dampak, artinya komponen independen yaitu Kemampuan Mengenali Peluang (X₁) dan Jaringan Kewirausahaan (X₂) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang nyata sehubungan dengan komponen dependen Kinerja Usaha



(Y). Dengan demikian, model yang dipakai dalam kajian ini dinyatakan valid dan layak untuk menjelaskan hubungan antarkomponen yang diteliti.

Selain itu, nilai F_{hitung} sebesar 4,897 dengan derajat kebebasan (df) regresi = 2 dan residual = 57 semakin memperkuat kesimpulan bahwa model regresi memiliki tingkat mempunyai dampaksi yang tinggi. Capaian ini menunjukkan bahwa variasi dalam kinerja usaha dapat dijelaskan secara simultan oleh kombinasi dari kemampuan mengenali peluang dan jaringan kewirausahaan. Dengan kata lain, semakin baik kedua aspek tersebut dikembangkan, maka semakin besar pula kemungkinan pengembangan kinerja usaha para pedagang pakaian di Pusat Pasar Medan.

Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan Tabel 6 capaian uji koefisien determinasi (Model Summary), diperoleh nilai Adjusted R_{Square} sebesar 0,155. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 15,5% variasi dari komponen dependen Kinerja Usaha (Y) dapat dijelaskan oleh komponen independen Kemampuan Mengenali Peluang (X_1) dan Jaringan Kewirausahaan (X_2). Sementara itu, sisanya sebesar 84,5% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model kajian ini. Nilai Adjusted R_{Square} yang berada di bawah 0,5 menunjukkan bahwa meskipun model regresi mempunyai dampak secara simultan, pengaruh kedua komponen independen sehubungan dengan kinerja usaha masih tergolong lemah. Hal ini dapat diartikan bahwa terdapat faktor-faktor lain di luar Kemampuan Mengenali Peluang dan Jaringan Kewirausahaan yang lebih dominan mempengaruhi kinerja usaha pelaku UMKM, seperti faktor inovasi, pengalaman, strategi pemasaran, maupun kondisi ekonomi eksternal.

Tabel 6. Capaian Uji R Square Model Summary^b

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.383a	.147	.117	3.415

a. Predictors: (Constant), Jaringan_Kewirausahaan_X2, Kemampuan_Mengenali_Peluang_X1

b. Dependent Variable: Kinerja_Usaha_Y

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,117 (atau 11,7%) mengindikasikan bahwa kemampuan mengenali peluang (X_1) dan jaringan kewirausahaan (X_2) hanya mampu menjelaskan sebesar 11,7% variasi kinerja usaha (Y), sementara 88,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Nilai ini mencerminkan bahwa model regresi memiliki daya jelaskan yang relatif lemah, sehingga kedua variabel independen hanya memberikan kontribusi kecil terhadap peningkatan kinerja usaha. Dengan demikian, terdapat faktor-faktor lain yang lebih dominan mempengaruhi kinerja UMKM, seperti kualitas inovasi, strategi pemasaran, pengalaman usaha, kemampuan manajerial, atau kondisi lingkungan bisnis, yang seharusnya dipertimbangkan dalam penelitian lanjutan untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

Pembahasan

Pengaruh Kemampuan Mengenali Peluang Sehubungan dengan Kinerja Usaha

Berdasarkan capaian analisis regresi, komponen Kemampuan Mengenali Peluang memiliki nilai koefisien negatif sebesar -0,062 dengan nilai t-hitung -0,420 dan mempunyai dampaksi sebesar 0,676 ($p > 0,05$). Capaian ini menunjukkan bahwa Kemampuan Mengenali Peluang tidak berpengaruh mempunyai dampak sehubungan dengan Kinerja Usaha. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam mengenali peluang belum cukup mampu menggerakkan pengembangan kinerja usaha apabila tidak didukung oleh faktor lain, seperti kemampuan dalam mengelola sumber daya, ketepatan dalam pengambilan keputusan, ketersediaan modal, serta dukungan jaringan kewirausahaan yang kuat. Dengan demikian, meskipun pelaku usaha mampu mengidentifikasi peluang pasar, hal tersebut tidak otomatis meningkatkan kinerja apabila tidak diiringi dengan tindakan strategis dan kemampuan eksekusi yang efektif.

Pengaruh Jaringan Kewirausahaan Sehubungan dengan Kinerja Usaha

Capaian analisis menunjukkan bahwa komponen Jaringan Kewirausahaan berpengaruh positif dan mempunyai dampak sehubungan dengan Kinerja Usaha, dengan koefisien regresi sebesar 0,552, nilai t-hitung 3,124, dan mempunyai dampaksi 0,003 ($p < 0,05$). Hal ini berarti semakin luas dan kuat jaringan kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha, semakin tinggi pula tingkat kinerja usaha yang



dicapai. Keberadaan jaringan yang baik memungkinkan pelaku usaha untuk memperoleh informasi bisnis secara lebih cepat, memperluas akses sehubungan dengan sumber daya, serta membuka peluang kerja sama yang saling menguntungkan. Dengan demikian, hubungan sosial dan bisnis yang terjalin secara efektif menjadi salah satu kunci kebercapaian dalam meningkatkan produktivitas dan daya saing usaha.

Pengaruh Kemampuan Mengenali Peluang dan Jaringan Kewirausahaan Sehubungan dengan Kinerja Usaha

Secara simultan, komponen Kemampuan Mengenali Peluang dan Jaringan Kewirausahaan terbukti berpengaruh terhadap Kinerja Usaha dengan nilai signifikansi sebesar 0,011 ($p < 0,05$). Temuan ini konsisten dengan berbagai kajian yang menunjukkan bahwa kemampuan wirausaha dalam mengenali dan memanfaatkan peluang berkontribusi pada peningkatan pendapatan UMKM, serta bahwa jaringan bisnis berperan penting dalam mendorong perkembangan usaha, termasuk pada sektor makanan, minuman, dan usaha kecil lainnya. Berbagai penelitian sebelumnya juga menegaskan bahwa jejaring sosial dan bisnis merupakan faktor strategis dalam meningkatkan daya saing dan keberhasilan usaha. Kendati demikian, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,145 menunjukkan bahwa kontribusi kedua komponen tersebut terhadap Kinerja Usaha masih relatif rendah, yakni hanya sebesar 14,5%.

Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat berbagai faktor lain di luar model yang turut memengaruhi kinerja UMKM, seperti inovasi produk, strategi pemasaran, pengalaman usaha, akses permodalan, serta kondisi lingkungan bisnis. Perbedaan hasil antar penelitian umumnya dipengaruhi oleh variasi lokasi, karakteristik pelaku usaha, maupun sektor industri yang dikaji. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa dalam konteks UMKM di Pusat Pasar Medan, Jaringan Kewirausahaan memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan Kemampuan Mengenali Peluang dalam mendorong peningkatan kinerja usaha, menunjukkan bahwa interaksi sosial, kolaborasi, dan kerja sama antarpelaku usaha merupakan faktor kunci dalam pengembangan UMKM lokal.

KESIMPULAN

Berdasarkan capaian analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa komponen Kemampuan Mengenali Peluang tidak memiliki pengaruh yang mempunyai dampak sehubungan dengan Kinerja Usaha pelaku UMKM. Nilai mempunyai dampaksi sebesar 0,676 ($p > 0,05$) dengan koefisien regresi negatif sebesar -0,062 menunjukkan bahwa pengembangan kemampuan dalam mengenali peluang belum mampu memberikan dampak nyata sehubungan dengan pengembangan kinerja usaha. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kemampuan mengenali peluang saja tidak cukup, terutama jika tidak diimbangi dengan kemampuan manajerial, strategi implementasi yang tepat, serta dukungan sumber daya yang memadai. Dengan demikian, meskipun pelaku usaha memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi peluang, kemampuan tersebut belum tentu berkontribusi langsung sehubungan dengan pengembangan kebercapaian usaha apabila tidak diikuti oleh langkah eksekusi yang efektif.

Selanjutnya, capaian kajian menunjukkan bahwa Jaringan Kewirausahaan berpengaruh positif dan mempunyai dampak sehubungan dengan Kinerja Usaha. Nilai mempunyai dampaksi sebesar 0,003 ($p < 0,05$) dengan koefisien regresi sebesar 0,552 mengindikasikan bahwa semakin kuat dan luas jaringan kewirausahaan yang dimiliki, maka semakin tinggi pula kinerja usaha yang dicapai. Keberadaan jaringan kewirausahaan memberikan keuntungan strategis bagi pelaku UMKM, seperti kemudahan dalam memperoleh informasi, akses sehubungan dengan sumber daya, serta peluang kolaborasi yang mendukung pengembangan usaha. Dengan jaringan yang baik, pelaku UMKM lebih mampu beradaptasi sehubungan dengan perubahan pasar, memperoleh ide-ide inovatif, serta mengoptimalkan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis.

Secara simultan, Kemampuan Mengenali Peluang dan Jaringan Kewirausahaan berpengaruh mempunyai dampak sehubungan dengan Kinerja Usaha, sebagaimana ditunjukkan oleh capaian uji ANOVA dengan nilai mempunyai dampaksi sebesar 0,011 ($p < 0,05$). Namun demikian, nilai R^2 sebesar 0,145 menunjukkan bahwa kedua komponen tersebut hanya mampu menjelaskan 14,5% variasi perubahan pada kinerja usaha. Artinya, terdapat sekitar 85,5% faktor lain di luar model yang juga berkontribusi sehubungan dengan kinerja usaha, seperti inovasi produk, strategi pemasaran, ketersediaan modal, maupun faktor eksternal seperti kondisi ekonomi dan kebijakan pemerintah. Dengan demikian, pengembangan kinerja UMKM memerlukan pendekatan yang lebih komprehensif



dan sinergis, dengan mempertimbangkan faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi keberlangsungan dan pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

SARAN

Disarankan agar pelaku UMKM memperkuat kemampuan eksekusi bisnis melalui peningkatan keterampilan manajerial, inovasi, dan strategi pemasaran agar peluang yang dikenali dapat diimplementasikan secara optimal. Selain itu, penguatan jaringan kewirausahaan perlu terus dilakukan melalui partisipasi dalam komunitas bisnis, pelatihan, dan kemitraan strategis karena terbukti memberikan kontribusi positif terhadap kinerja usaha. Pemerintah dan lembaga pendukung juga diharapkan menyediakan program pembinaan yang lebih komprehensif, termasuk akses permodalan, pendampingan usaha, dan pemanfaatan teknologi, sehingga UMKM mampu meningkatkan daya saing serta berkembang secara berkelanjutan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Zr, J., Munadia, K., Lubis, S. A., & Keling, M. (2023). Peluang Usaha Sebagai Kreativitas Mahasiswa Untuk Berwirausaha. *Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 89-95.
- Damayanti, Roni, M., & Subagja, G. (2025). Pengembangan Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Melalui Inklusi Keuangan, Orientasi Pasar, Inovasi Digital Dan Praktik Ramah Lingkungan. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1260-1270.
- Handayani, K., & Martini, I. A. (2024). Indikator Penting Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 1–13.
- Isnani, N. A., & Nuraeni. (2025). Keberhasilan Usaha Kecil Ditinjau dari Motivasi Berwirausaha, Jaringan Bisnis dan Literasi Keuangan. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4271-4275.
- Nurhayani, Putri, K. M., Kartika, A., & Barella, Y. (2024). Peran Modal Kemauan, Keterampilan, & Pengetahuan Dalam Kewirausahaan. *Dewantara: Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora*, 160-168.
- Rahman, F. (2021). Pengaruh Lokasi terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada Dealer Yamaha Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 115–124.
- Rupina, Analisa, & Belo, Y. (2025). Peran Networking dalam Membangun Karier Sebagai Entrepreneur. *Student Scientific Creativity Journal*, 113-123.
- Saputra, R., & Khalik, I. (2024). Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Usaha Terhadap Kinerja Usaha Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Kuliner Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 1652-1665.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Saragih, L., & Tarigan, W. J. (2021). Meningkatkan New Product Development Capability Melalui Innovation In External Relation Dan Dampaknya Pada Kinerja Pemasaran Pengrajin Ulos Simalungun (Sebuah Pendekatan Teoritis). *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 3(1), 15–24. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v3i1.486>

