

Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Pertumbuhan Bisnis Pakaian di Tanah Abang era Covid-19

Louis Utama¹⁾

louisu@fe.untar.ac.id

Ronnie Resdianto Masman²⁾

ronniem@fe.untar.ac.id

Halim Putera Siswanto³⁾

halimp@fe.untar.ac.id

Alicia Allessandra⁴⁾

alicia.115180254@stu.untar.ac.id

1) 2) 3) 4) Universitas Tarumanagara

ABSTRAK

Pertumbuhan bisnis mengalami hambatan seiring dengan adanya pandemi *Covid-19* yang melanda Indonesia, dimana pandemi ini memberikan dampak yang buruk terhadap perekonomian Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kompetensi strategis, kompetensi etika, kompetensi jaringan terhadap pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UKM) bidang pakaian di Tanah Abang. Populasi dalam penelitian ini difokuskan terhadap pengusaha UKM pada bidang pakaian. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 59 responden selaku pemilik UKM pakaian di Tanah Abang, Jakarta Pusat. Kuisisioner dibagikan secara langsung kepada pemilik UKM pakaian yang berlangsung selama Juni 2022. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Skala yang digunakan adalah skala likert, dengan menggunakan aplikasi *Smart Partial Least Square* (SPLS) versi 3.0 sebagai metode analisis data. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa Kompetensi Strategis memiliki pengaruh terhadap Pertumbuhan bisnis UKM pakaian di Tanah Abang, Jakarta Pusat pada masa *Covid-19*, Kompetensi Etika tidak memiliki pengaruh terhadap Pertumbuhan bisnis UKM pakaian di Tanah Abang, Jakarta Pusat pada masa *Covid-19*, dan Kompetensi Jaringan memiliki pengaruh terhadap Pertumbuhan bisnis UKM pakaian di Tanah Abang, Jakarta Pusat pada masa *Covid-19*.

Kata kunci: Kompetensi Strategis, Kompetensi Etika, Kompetensi Jaringan, Pertumbuhan Bisnis, UKM.

PENDAHULUAN

Pandemi *Covid-19* masuk ke Indonesia memberikan dampak yang buruk terhadap perekonomian Indonesia, pertumbuhan bisnis UKM pakaian mengalami penurunan. UKM sendiri merupakan salah satu bisnis yang memiliki peran yang berdampak langsung pada kondisi ekonomi banyak pihak termasuk pemilik bisnisnya sendiri. Dengan demikian, pertumbuhan bisnis merupakan prioritas utama bagi sebagian besar pengusaha terutama pada pengusaha UKM pakaian.

Beberapa penelitian menunjukkan kurangnya kompetensi kewirausahaan akan menghambat keberhasilan suatu UKM (Beaver & Jennings, 2006). Terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi perkembangan dari sebuah bisnis, dimana beberapa faktor yang dapat meningkatkan perkembangan bisnis seperti kompetensi strategis, kompetensi etika dan kompetensi jaringan (Tehseen, Ahmed, Qureshi, Uddin, & Ramayah, 2018). Banyak penelitian terdahulu yang mengangkat variabel kompetensi kewirausahaan ini untuk diuji pengaruhnya. Beberapa peneliti terdahulu memperoleh adanya hubungan antara kompetensi strategis, kompetensi etika dan kompetensi jaringan terhadap pertumbuhan bisnis. Pertumbuhan bisnis biasanya dihasilkan dari peningkatan permintaan akan produk atau jasa yang mengarah pada peningkatan (Janssen, 2009).

Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa adanya pengaruh yang diberikan dari kompetensi kewirausahaan terhadap pertumbuhan bisnis. Kompetensi strategis merupakan faktor pertama yang diduga dapat mempengaruhi pertumbuhan bisnis. Kompetensi strategis merupakan keahlian perusahaan dalam menentukan cara untuk memperoleh hasil yang terbaik bagi kegiatan suatu bisnis. Pertumbuhan bisnis merupakan perolehan hasil yang atas kegiatan internal perusahaan dalam kurun waktu yang sudah ditentukan, yang mengacu pada kemajuan perusahaan (Dobbs & Hamilton, 2007). Penelitian sebelumnya dilaksanakan di Selangor dan Kuala Lumpur, Malaysia Barat. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kompetensi strategis telah ditemukan memiliki hubungan positif pada kompetensi jaringan. Artinya, kompetensi strategis pengusaha Malaysia yang terkait dengan rencana dan perumusan jangka panjang, serta eksekusi strategi, mengarah pada kompetensi jaringan pengusaha. Demikian pula, pengaruh positif kompetensi etika pada kompetensi jaringan telah terungkap dalam penelitian ini, asumsi hubungan baru dalam penelitian ini yang ditemukan positif dan signifikan. Selain itu, kompetensi jaringan pengusaha UKM grosir dan eceran Malaysia berdampak positif dan signifikan terhadap pertumbuhan bisnisnya. Temuan ini konsisten dengan banyak penelitian lain yang menemukan dampak positif kompetensi jaringan terhadap pertumbuhan bisnis UKM dalam berbagai konteks (Tehseen, Ahmed, Qureshi, Uddin, & Ramayah, 2018)

Kemudian penelitian yang dilakukan pada grosir Cina Malaysia menemukan pengaruh kompetensi jaringan terhadap kinerja bisnis. Temuan mengungkapkan dampak mediasi positif dan signifikan dari inovasi kewirausahaan dalam hubungan antara kompetensi jaringan dan kinerja perusahaan. Dengan demikian, hasilnya jelas menunjukkan bahwa kompetensi jaringan saja tidak cukup bagi perusahaan grosir Cina Malaysia untuk mencapai kesuksesan bisnis (Sajilan & Tehseen, 2019). Penelitian terakhir mengungkapkan bahwa pada penelitian ini ditemui pengaruh kompetensi etika dan kompetensi strategis akan pertumbuhan bisnis. Kompetensi

etika ternyata juga tidak memiliki kontribusi maupun pengaruh kepada tingkat pertumbuhan sebuah bisnis. Sementara itu kompetensi strategis diketahui membuat kontribusi yang cukup besar atas pertumbuhan sebuah bisnis. Beberapa hal positif bagi sebuah bisnis yang mungkin diperoleh seperti dapat meraih target penjualan, mengetahui segmen produk yang sesuai tepat, mendapatkan arus kas baik, dan juga diharapkan dapat menghasilkan tata kelola usaha yang sesuai dengan keadaan serta sumber daya yang ada (Utama, Widjaja, & Lego, 2020).

Rumusan Masalah

Dari pemaparan latar belakang sebelumnya, maka perumusan permasalahan sebagai berikut: apakah kompetensi strategis memiliki pengaruh positif pada pertumbuhan bisnis bidang pakaian di Tanah Abang pada masa pandemi *Covid-19*? apakah kompetensi etika memiliki pengaruh positif pada pertumbuhan bisnis bidang pakaian di Tanah Abang pada masa pandemi *Covid-19*? apakah kompetensi jaringan memiliki pengaruh positif pada pertumbuhan bisnis bidang pakaian di Tanah Abang pada masa pandemi *Covid-19*?

Tujuan penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang diberikan sebelumnya, adapun tujuan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut: untuk mengetahui pengaruh kompetensi strategis terhadap pertumbuhan bisnis usaha kecil dan menengah (UKM) bidang pakaian di Tanah Abang, untuk mengetahui pengaruh kompetensi etika terhadap pertumbuhan bisnis usaha kecil dan menengah (UKM) bidang pakaian di Tanah Abang, untuk mengetahui pengaruh kompetensi jaringan terhadap pertumbuhan bisnis usaha kecil dan menengah (UKM) bidang pakaian di Tanah Abang.

TINJAUAN PUSTAKA

Kompetensi Strategis

Peneliti sebelumnya mengungkapkan definisi kompetensi strategis dalam beberapa pengertian. Kompetensi strategis mengacu pada kemampuan pengusaha untuk menetapkan, menilai dan melaksanakan strategi untuk mencapai keberhasilan perusahaan. Kompetensi strategis adalah kemampuan dari sebuah perusahaan untuk menciptakan strategi yang bisa meningkatkan kekuatan perusahaan dibandingkan pesaing (Pattiasina & Victor, 2021). Kompetensi strategis juga dapat didefinisikan sebagai kemampuan dari sebuah perusahaan atau seseorang untuk memaksimalkan langkah-langkah yang dimiliki perusahaan guna mencapai tujuan (Idris & Arshad, 2020). Dari beberapa pengertian di atas, kompetensi strategis berarti suatu kemampuan atau pengetahuan dari seseorang atau sebuah perusahaan, guna memaksimalkan cara-cara untuk bersaing dengan perusahaan lain

Kompetensi Etika

Penerapan kompetensi etika telah memberi dampak pada langsung pada peningkatan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Kompetensi etika merupakan kemampuan untuk memahami aturan maupun norma yang ada pada perilaku manusia, yang terdiri dari perilaku yang harus dilakukan maupun yang seharusnya

ditinggalkan bagi suatu kelompok atau masyarakat (Azhari & Sri, 2020). Kompetensi etika adalah sebuah kapasitas dari sebuah organisasi guna menyusun prinsip maupun nilai-nilai moral yang dimiliki setiap orang dan dipengaruhi oleh masyarakat disekitarnya (Dokman, 2020). Kompetensi etika adalah suatu sikap dan perilaku yang menunjukkan kesanggupan seseorang secara sadar untuk mentaati peraturan dan norma yang berlaku dalam suatu organisasi (In, 2019). Dari beberapa pengertian diatas dapat dikatakan bahwa kompetensi etika merupakan kemampuan untuk mengatur perilaku yang dimiliki seseorang yang dipengaruhi oleh kelompok atau masyarakat disekitarnya.

Kompetensi Jaringan

Memelihara kompetensi jaringan atau network diperlukan perusahaan untuk menjaga perkembangan bisnisnya. Kemampuan untuk mengatur jaringan berperan sebagai sarana untuk mengolah hubungan dengan mitra penting perusahaan. Kompetensi jaringan merupakan kemampuan pengusaha dan manajer untuk mengembangkan, mengolah dan memelihara hubungan dengan mitra seperti pemasok, pelanggan dan pesaing dan mampu mengolah interaksi dengan secara efektif (Sanyal, Hisam, & Ali, 2020). Kompetensi jaringan adalah kemampuan perusahaan dalam membangun, mengolah dan menangani interaksi dengan berbagai jenis hubungan seperti pemasok, pelanggan dan organisasi lain (Ali & Li, 2021). Kompetensi jaringan adalah kemampuan wirausaha untuk berkembang dan memelihara hubungan jangka panjang dengan pelanggan, pemasok dan pihak lain yang berkepentingan. Mengacu atas beberapa pengertian yang telah dijelaskan, kompetensi jaringan merupakan kemampuan perusahaan dalam menjaga hubungan dengan pelanggan, pemasok dan pihak lain yang berkepentingan dan mengolah hubungan tersebut dengan baik.

Pertumbuhan Bisnis

Pertumbuhan bisnis dikenal sebagai indikator penting atas berhasil atau tidaknya suatu perusahaan. Pertumbuhan bisnis adalah hasil dari perluasan tuntutan produk atau layanan yang terjadi dari pertumbuhan di penjualan dan mengakibatkan investasi tambahan pada faktor produksi untuk menyesuaikan dengan tuntutan baru (Ilias & hamsudin, 2020). Pertumbuhan bisnis merupakan pertumbuhan dalam bentuk ekspansi geografis, peningkatan jumlah cabang, masuknya klien baru dan peningkatan dalam jumlah produk dan layanan (Putra & Zulki, 2020). Pertumbuhan bisnis adalah pengembangan usaha dan pertumbuhan usaha yang mengacu pada peningkatan penjualan, jumlah produk dan pendapatan perusahaan (Eunike & Utama, 2021). Terkait beberapa pengertian diatas, dapat diartikan bahwa pertumbuhan bisnis adalah pertumbuhan perusahaan yang dapat dilihat dari pertumbuhan penjualan, jumlah produk, pelanggan dan pendapatan perusahaan.

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan metode deskriptif. Metode ini merupakan metode penelitian yang ditujukan guna menafsirkan keadaan atau kondisi tertentu dengan hasil penelitian yang disajikan dalam bentuk laporan

penelitian. Metode ini memiliki ciri yaitu penelitiannya berpusat pada masalah atau fenomena yang ada dengan memvisualisasikan fakta sekaligus menjelaskan kaitan atau hubungan yang ada, membentuk deskripsi, pengujian hipotesis, menarik kesimpulan atas suatu masalah beserta makna yang dimiliki dengan teknik analisis kuantitatif dengan metode survei.

Berdasarkan dua jenis penelitian deskriptif, penelitian ini menerapkan penelitian secara *cross-sectional* dikarenakan pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner pada responden yang sesuai dengan klasifikasi subjek yang sudah ditentukan dan kegiatan ini dilaksanakan secara sekaligus dalam satu waktu tertentu. Penelitian *cross-sectional* adalah suatu penelitian guna memahami studi mengenai dinamika korelasi antara faktor risiko dengan observasi/pengumpulan data, dampak, dan cara pendekatan, Penelitian *cross-sectional* dilakukan hanya dengan melakukan observasi sekali saja dan pengukuran diterapkan terhadap semua variabel subjek ketika melakukan penelitian.

Objek Penelitian

Objek Penelitian yang dilakukan penulis kali ini adalah kompetensi strategis, kompetensi etika, kompetensi jaringan, dan pertumbuhan bisnis pada pelaku UKM penjual barang jadi di Pasar Tanah Abang Jakarta.

Jenis data dan sumber data

Jenis data yang diambil dalam penelitian ini berdasarkan data primer. Adapun data primer adalah data diterima melalui wawancara langsung kepada pelaku UKM pakaian jadi di Tanah Abang. Selain itu untuk data sekunder yang didapatkan dari, jurnal dan media perantara lainnya. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Juni 2022 dengan menggunakan metode survey secara langsung.

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UKM pakaian jadi di pasar Tanah Abang Jakarta.

Sampel

Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik Non-probability Sampling. Teknik ini memiliki kriteria yang tidak memberi kesempatan/kemungkinan bagi suatu anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam metode teknik *non-probability sampling*, teknik yang akan digunakan peneliti adalah teknik *Purposive Sampling*.

Purposive sampling merupakan teknik yang mengacu terhadap suatu target secara individu yang memiliki karakteristik tertentu atau minat yang sesuai dengan tujuan penelitian yaitu para pemilik UKM pakaian jadi dan memiliki pengalaman paling sedikit satu tahun dalam menjalankan usahanya. pengusaha UKM bidang pakaian pria sebagai subjek untuk diteliti yang dilakukan dengan penyebaran lembar kuesioner kepada responden secara langsung, telah didapatkan total 59 responden selaku pengusaha UKM bidang pakaian pria.

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini adapun teknik analisa data yang dipilih adalah menggunakan teknik analisis multivariate dengan model pengukuran PLS-SEM melalui software SmartPLS versi 3.0

Analisis Validitas

Validitas suatu instrumen didefinisikan sebagai sejauh mana suatu instrumen dapat mengukur apa yang dirancang atau apa yang dituju untuk diukur. Oleh karena itu, validitas berkaitan dengan relevansi instrumen untuk menjawab tujuan penelitian dan pertanyaan penelitian. Terdapat 2 kategori model untuk mengukur validitas data, yang pertama adalah validitas konvergen (*convergent validity*), dimana model ini menggunakan metode analisis AVE (*Average Variance Extracted*) dan *loading factor* untuk mengukur konstraknya, dan yang kedua yaitu validitas diskriminan (*discriminant validity*), dimana pengukurannya dilakukan dengan nilai *cross loading* terkait hubungan antar konstruk yang nilai *loading factor* nya lebih besar daripada konstruk lainnya. Terdapat 2 kategori model untuk mengukur validitas data, yang pertama adalah validitas konvergen (*convergent validity*), dimana model ini menggunakan metode analisis AVE (*Average Variance Extracted*) dan *loading factor* untuk mengukur konstraknya, dan yang kedua yaitu validitas diskriminan (*discriminant validity*), dimana pengukurannya dilakukan dengan nilai *cross loading* terkait hubungan antar konstruk yang nilai *loading factor* nya lebih besar daripada konstruk lainnya. Nilai *discriminant validity* ini juga melihat nilai AVE dengan kriteria tertentu yang disyaratkan. Nilai AVE yang dinyatakan baik yaitu > 0.5 untuk memperoleh nilai valid, jika nilainya dibawah 0.5 maka dikatakan tidak valid.

Analisa Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat pengukuran yang digunakan secara berulang kali guna mengukur fenomena maupun subjek responden yang sama, dan mempertanyakan apakah hasilnya akan tetap sama atau tidak

Berdasarkan indikator setiap variabel yang telah diukur oleh uji reliabilitas, diperoleh korelasi antara jawaban dengan pertanyaan dari pernyataan yang telah diberikan terhadap responden. Dalam penggunaan PLS, terdapat 2 metode dalam uji reliabilitas yang digunakan, yaitu *cronbach's alpha* dimana nilai yang diperoleh harus lebih besar dari 0,6 dan *composite reliability*, dimana nilai yang dihasilkan harus lebih besar dari 0.7 untuk dinyatakan reliabel.

Pengujian Model Struktural

a. Coefficient of determination (R^2)

Nilai *coefficient of determination* (R^2) menunjukkan bagaimana kontribusi dari variabel eksogen terhadap variabel endogen, dengan rentang dari 0 sampai 1. Adapun hasil nilai koefisien determinasi menjadi 3, yaitu *substansial* (0,75), *moderate* (0,50), dan *weak* (0,25) dengan semakin besar nilai R^2 mendekati 1, maka semakin baik pula model yang digunakan dalam penelitian.

b. Predictive relevance (Q²)

Pengujian *Q Square* digunakan untuk melihat kemampuan variabel eksogen dalam menjelaskan variabel endogen. Syarat pengujian *Q Square predictive relevance* adalah nilai *Q Square* > 0. Hasil nilai *Q Square* berasal dari proses prosedur yang dinamakan *blindfolding* dimana variabelnya hanya yang mengacu pada pengukuran reflektif. Hasil memiliki pengaruh yang lemah jika nilai tersebut berada di 0.02, untuk pengaruh sedang memiliki nilai 0.15 dan untuk pengaruh besar memiliki nilai 0.35.

c. F-Square (f²)

Nilai *F-Square* atau *f²* nilai 0.02 dianggap kecil, nilai 0.15 dianggap sedang dan nilai 0.35 dianggap sebagai besar. Sedangkan jika dibawah 0.02, dapat diabaikan atau dianggap tidak memiliki efek.

d. Goodness of Fit

Goodness of fit index (GoF Index) mengukur kecocokan model suatu penelitian, yang juga menyediakan pengukuran sederhana sekaligus prediksi model secara keseluruhan. Tujuan dari pengujian ini adalah pemecah permasalahan atau menjadi solusi yang berguna pada penerapan metode partial least square (PLS) untuk menjadi indeks validasi.

ASUMSI ANALISIS DATA

Dalam penelitian ini analisis data diuji dengan menggunakan metode *Partial Least Square (PLS)*, hal ini dikarenakan jumlah ukuran sampel pada penelitian ini tidak diharuskan berjumlah besar dan secara *normal multivariate* juga tidak diharuskan terdistribusi. Oleh karena itu pada penelitian ini data akan diuji dengan model uji validitas, uji reliabilitas, *Coefficient of determination (R²)*, *Cross Validated Redundancy (Q²)*, *F-Square (F²)*, dan uji hipotesis (*Path Coefficient*). Berikut adalah beberapa kelebihan atas penggunaan metode *Partial Least Square (PLS)* diantaranya yaitu ukuran atas sampel tidaklah harus dalam tingkat besar, dan datanya secara *normal multivariate*/indikator tidak harus terdistribusikan baik dari skala ordinal/kriteria/interval/rasio nya dalam satu model (Ghozali, 2008)

HASIL**Hasil Analisa validitas**

Dari Tabel 1 yang ditunjukkan, semua nilai *outer loading* pada tabel tersebut memperoleh nilai diatas 0.5. Semua indikator menunjukkan nilai-nilai yang diperoleh telah memenuhi syarat sehingga dinyatakan semua nilainya valid. Nilai tertinggi terdapat pada indikator EC2 yang bernilai 0,934 dan nilai terendah terdapat pada indikator SC4 yang bernilai 0,659

Tabel 1
Tabel Outer Loading

Indikator	Kompetensi Strategis	Kompetensi Etika	Kompetensi Jaringan	Pertumbuhan Bisnis
SC1	0,766			
SC2	0,851			
SC3	0,802			
SC4	0,659			
EC1		0,812		
EC2		0,934		
EC3		0,878		
EC4		0,902		
EC5		0,851		
EC6		0,926		
NC1			0,764	
NC2			0,839	
NC3			0,768	
NC4			0,809	
NC5			0,795	
NC6			0,689	
BG1				0,914
BG2				0,766
BG3				0,928
BG4				0,874

Sumber : pengolahan data melalui Smart PLS

Hasil Uji Average Variance Extracted

Berdasarkan tabel 2, hasil olah data pada pengujian AVE memperlihatkan variabel yang memperoleh nilai tertinggi yaitu variabel kompetensi etika pada nilai 0,783 dan variabel yang memperoleh nilai terendah yaitu variabel kompetensi strategis dengan nilai 0,597.

Nilai AVE pada tabel diatas dinyatakan memenuhi kriteria karena semua nilainya lebih besar dari 0,5. Dimana nilai variabel kompetensi strategis memperoleh nilai 0,597, variabel kompetensi etika memperoleh nilai 0,783, variabel kompetensi jaringan memperoleh nilai 0,607 dan variabel pertumbuhan bisnis memperoleh nilai 0,762.

Tabel 2
Average Variance Extracted

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha
Kompetensi Strategis	0,779
Kompetensi Etika	0,944
Kompetensi Jaringan	0,870
Pertumbuhan Bisnis	0,894

Sumber : pengelolaan data melalui Smart PLS

Hasil Uji Cronbach's Alpha

Tabel 3
Cronbach's Alpha

Variabel	AVE
Kompetensi Strategis	0,597
Kompetensi Etika	0,783
Kompetensi Jaringan	0,607
Pertumbuhan Bisnis	0,762

Sumber : pengolahan data melalui Smart PLS

Berdasarkan Tabel 3 nilai dari *cronbach's alpha* pada penelitian ini secara keseluruhan memperoleh nilai yang lebih besar dari 0,6 dan dinyatakan reliable.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4
Koefisien Determinasi (R^2)

Variabel	<i>R-Square</i>
Pertumbuhan Bisnis	0,730

Sumber : pengolahan data melalui Smart PLS

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada Tabel 4, hasil yang diperoleh sebesar 0,730 yang artinya variabel kompetensi strategis, kompetensi etika dan kompetensi jaringan memiliki pengaruh besar terhadap pertumbuhan bisnis dengan nilai sebesar 73% yang artinya 27% variabel pertumbuhan bisnis menerima pengaruh dari variabel lain yang tidak dicantumkan dalam penelitian ini.

Hasil uji F-Square

Tabel 5
F-Square (F^2)

Variabel	<i>F-Square</i>
Kompetensi Strategis → Pertumbuhan Bisnis	0,135
Kompetensi Etika → Pertumbuhan Bisnis	0,008
Kompetensi Jaringan → Pertumbuhan Bisnis	0,484

Sumber : pengolahan data melalui Smart PLS

Berdasarkan hasil dari uji *F-Square* yang telah diolah oleh peneliti, berikut penjelasan terkait hasil data yang terdapat pada Tabel 5:

- a. Variabel kompetensi strategis memiliki pengaruh yang lemah terhadap nilai *R-Square* variabel pertumbuhan bisnis yaitu sebesar 0,135.

- b. Variabel kompetensi etika memiliki pengaruh yang lemah terhadap nilai *R-Square* variabel pertumbuhan bisnis yaitu sebesar 0,008.
- c. Variabel kompetensi jaringan memiliki pengaruh yang kuat terhadap nilai *R-Square* variabel pertumbuhan bisnis yaitu sebesar 0,484.

Hasil Q-Square

Tabel 6
Q-Square (Q²)

Variabel	<i>Q-Square</i>
Pertumbuhan Bisnis	0,527

Sumber : pengolahan data melalui Smart PLS

Dari hasil yang diperoleh pada data dalam Tabel 6, ditampilkan nilai yang diperoleh atas hasil pengukuran yaitu sebesar 0,527, dapat dikatakan hasil pengujian *Q-Square* variabel pertumbuhan bisnis ini berarti relevan dan mampu mengukur model penelitian yang sebelumnya telah terbentuk dengan baik.

Hasil Goodness of Fit

Tabel 7
Goodness of Fit (GoF)

Variabel	AVE
Kompetensi Strategis	0,597
Kompetensi Etika	0,783
Kompetensi Jaringan	0,607
Pertumbuhan Bisnis	0,762

Sumber : pengolahan data melalui Smart PLS

Berdasarkan data yang tercantum pada Tabel 7 ditunjukkan nilai *average variance extracted* pada setiap variabel dalam penelitian ini. Berikut perhitungan dari data tersebut:

$$\overline{AVE} = \frac{0,597 + 0,783 + 0,607 + 0,762}{4} = 0,687$$

$$\overline{R^2} = 0,730$$

Maka:

$$GoF = \sqrt{\overline{AVE} \times \overline{R^2}}$$

$$GoF = \sqrt{0,687 \times 0,730} = 0,708$$

Dari hasil perhitungan Goodness of Fit (GoF) di atas, nilai yang diperoleh yaitu sebesar 0,708 yang berarti penggunaan model dalam penelitian ini dinyatakan memiliki kecocokan dengan kriteria model golongan besar, sesuai dengan kriteria yang ada yaitu nilai GoF tergolong kecil apabila besar nilainya 0,1, nilai tergolong sedang apabila besar nilai 0,25 dan nilai tergolong besar apabila nilainya > 0,36.

Hasil Uji Hipotesis (*Path Coefficient*)**Tabel 8**
Path Coefficient

Variabel	<i>Original Sample</i>	<i>T-Statistic</i>	<i>P-Values</i>
Kompetensi Strategis → Pertumbuhan Bisnis	0,326	2,588	0,011
Kompetensi Etika → Pertumbuhan Bisnis	-0,053	0,699	0,485
Kompetensi Jaringan → Pertumbuhan Bisnis	0,605	4,696	0,000

Sumber : pengolahan data melalui Smart PLS

Dari Tabel 8 di atas maka dapat dijabarkan hasil pengujian sebagai berikut :

1. Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, hasil *T-Statistics* yang ditunjukkan pada tabel terkait variabel kompetensi strategis terhadap pertumbuhan bisnis memiliki nilai 2,588 dengan nilai *P-Values* 0,011 artinya H1 diterima. Nilai *T-Statistics* variabel kompetensi strategis lebih besar dari kriteria yaitu 1,96 dan nilai *P-Values* nya lebih kecil dari 0,05. Nilai *original sample* variabel kompetensi strategis adalah 0,326 yang artinya variabel kompetensi strategis dengan pertumbuhan bisnis memiliki arah yang positif. Dari penjabaran tersebut dapat dikatakan variabel kompetensi strategis terhadap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan bisnis UKM bidang pakaian di Tanah Abang.
2. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan peneliti untuk memperoleh hasil uji hipotesis pada variabel kompetensi etika terhadap pertumbuhan bisnis pada tabel di atas, nilai *T-Statistic* yang diperoleh adalah sebesar 0,699 dan nilai *P-Values* sebesar 0,485. Artinya nilai *T-Statistic* pada variabel kompetensi etika ini dinyatakan lebih kecil dari 1,96 dan nilai *P-Values* yang lebih besar dari 0,05, maka artinya H2 ditolak. Nilai *original sample* yang diperoleh adalah sebesar -0,053, nilai ini menunjukkan arah nilai *original sample* yang artinya memiliki arah negatif. Dari penjabaran di atas dapat dikatakan bahwa variabel kompetensi etika memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pertumbuhan bisnis bidang pakaian di Tanah Abang.
3. Berdasarkan pengujian pada variabel kompetensi jaringan terhadap pertumbuhan bisnis untuk memperoleh hasil uji hipotesis dalam penelitian ini, maka pada tabel di atas ditunjukkan hasil nilai *T-Statistic* dari variabel kompetensi strategis adalah sebesar 4,696 dan nilai *P-Values* sebesar 0,000 yang artinya *T-Statistic* dari variabel tersebut dinyatakan lebih dari 1,96 dan hasil nilai *P-Values* kurang dari 0,05. Maka dari itu H3 dinyatakan diterima. Nilai *original sampel* dari penelitian ini adalah sebesar 0,605 yang artinya arah dari penelitian ini adalah positif. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dikatakan variabel kompetensi jaringan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan bisnis bidang pakaian di Tanah Abang.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan agar peneliti dapat mendapat pengaruh dari 3 variabel eksogen (kompetensi strategis, kompetensi etika, kompetensi jaringan) secara signifikan berpengaruh terhadap variabel endogen (pertumbuhan bisnis). Jumlah responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini terdapat 59 responden selaku pemilik UKM bidang pakaian di Tanah Abang, Jakarta Pusat. Data yang diperoleh diolah menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0 (*Smart Partial Least Square*). Oleh karena itu kesimpulan dari penelitian ini yakni:

1. Kompetensi strategis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan bisnis pada UKM bidang pakaian di Tanah Abang, Jakarta Pusat di masa pandemi *Covid-19*.
2. Kompetensi etika berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pertumbuhan bisnis pada UKM bidang pakaian di Tanah Abang, Jakarta Pusat di masa pandemi *Covid-19*.
3. Kompetensi jaringan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pertumbuhan bisnis pada UKM bidang pakaian di Tanah Abang, Jakarta Pusat di masa pandemi *Covid-19*.

REFERENSI

- Ali, H., & Li, Y. (2021). Financial Literacy, Network Competency, And SMEs Financial Performance: The Moderating Role Of Market Orientation. . *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(10), 341-353.
- Azhari, & Sri, R. (2020). Pengaruh Kompetensi, Independensi, dan Profesionalisme Auditor Terhadap Kualitas Audit Dengan Etika Auditor Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Akuntansi*, 2(2). , 141-180.
- Beaver, G., & Jennings, P. (2006). Competitive Advantage And Entrepreneurial Power: The Dark Side Of Entrepreneurship. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12(1), , 9-23.
- Dobbs, M., & Hamilton, R. (2007). Small Business Growth: Recent Evidence And New Directions. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 13(5), 296-322.
- Dokman, M. (2020). Pengaruh Kompetensi Dan Independensi Auditor Terhadap Kualitas Audit Dengan Etika Auditor Sebagai Variabel Moderating Pada Kantor Akuntan Publik Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 3(2), 1-14.
- Eunike, K., & Utama, L. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Umkm Bidang Kuliner Pada Masa Pandemi COVID-19 . *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 771-781.
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modelling*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Idris, M., & Arshad, A. (2020). Perceived Usefulness Of Business Coaching On The Relationship Between Entrepreneurial Competencies And Business Success. . *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 329-338. .

- Ilias, S., & hamsudin, M. (2020). Customer Satisfaction And Business Growth. . *Journal Of Undergraduate Social Science And Technology*, 2(2). , 1-11.
- In, A. W. (2019). Pengaruh Kompetensi Dan Independensi Terhadap Kualitas Audit Dengan Etika Auditor Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(8), 1-15.
- Janssen, F. (2009). The Conceptualisation Of Growth: Are Employment And Turnover Interchangeable Criteria? . *The Journal of Entrepreneurship*, 18(1), 21-45.
- Pattiasina, & Victor. (2021). The Relationship Of Auditor Competence And Independence On Audit Quality: An Assessment Of Auditor Ethics Moderation And Professional Commitment. *Indonesia Accounting Journal*, 3(1), 14-26.
- Putra, M., & Zulki, Z. (2020). Determinant Of Business Growth In Small Milling . *Dynasty International Journal of Management Science*, 1(5)., 775-784.
- Sajilan, S., & Tehseen, S. (2019). Network Competence And Firm Performance: The Mediating Role Of Entrepreneurial Innovativeness Among Malaysian Chinese Entrepreneurs Of Wholesale Businesses. *Asian Academy Of Management Journal*, 24, 187-201.
- Sanyal, S., Hisam, M., & Ali, B. (2020). Entrepreneurial Orientation, Network Competence And Human Capital: The Internationalization Of SMEs In Oman . *The Journal of Asian Finance, Economics and Business* 7, 473-483. .
- Tamyez, P., Ali, J., & Ishak, N. (2017). Entrepreneurial Competencies And Networks In The Construction Industry. *International Journal Of Applied Engineering Research* 12(23), 13374-13380.
- Tehseen, S., & Ramayah, T. (2015). Entrepreneurial Competencies And SMEs Business Success: The Contingent Role Of External Integration. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(1), 50-61.
- Tehseen, S., Ahmed, F., Qureshi, Z., Uddin, M., & Ramayah, T. (2018). Entrepreneurial Competencies And SMEs' Growth: The Mediating Role Of Network Competence. *Asia-Pacific Journal Of Business Administration*, 11(1), 2-29.
- Tenenhaus, M., Vinzi, V., & Chatelin, Y. (2005). PLS Path Modeling. *Computational Statistics & Data Analysis*, 48, 159-205.
- Utama, L., Widjaja, O. H., & Lego, Y. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Kompetitif Pada UKM Industri Kreatif Dengan Kapasitas Inovatif Sebagai Faktor Mediasi Dalam Masa Pandemi Covid-19.. *Jurnal Bina Manajemen*, 9(1), 30-43.