

# ANALISIS PENGARUH *NETWORK RELIANCE*, *EXTERNAL NETWORKING BEHAVIOUR*, DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA KEWIRAUSAHAAN UMKM DI YOGYAKARTA

Puti Alifa Roberd<sup>1)</sup>, Patricia<sup>2)\*</sup>

<sup>1,2)</sup> Universitas Pelita Harapan, Tangerang

e-mail: anastasia.patricia@uph.edu

## ABSTRAK

UMKM memainkan peran yang cukup penting untuk pertumbuhan perekonomian di Yogyakarta setelah pandemi 2020. Meningkatnya jumlah UMKM di Yogyakarta tidak sejalan dengan tingkat keberhasilannya. Oleh karena itu penelitian ini menganalisis pengaruh dari *network reliance*, *external networking behaviour* dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja kewirausahaan UMKM di Yogyakarta. Metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran link kuesioner dengan metode sampling yaitu non-probabilitas. Sample dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM di Yogyakarta yang sudah beroperasi kurang lebih 5 tahun sebanyak 344 responden. Setelah data dikumpulkan, lalu diolah menggunakan aplikasi SmartPLS4. Dalam penelitian ini ditemukan *network reliance* berpengaruh positif terhadap kinerja kewirausahaan dan *external networking behaviour*, *external networking behaviour* berpengaruh positif terhadap kinerja kewirausahaan, orientasi kewirausahaan tidak memperkuat hubungan antara *external networking behaviour* dan kinerja kewirausahaan, *external networking behaviour* positif dan signifikan memediasi *network reliance* dan kinerja kewirausahaan.

**Keywords:** *Network Reliance*, *External Networking Behaviour*, Orientasi Kewirausahaan, Kinerja Kewirausahaan, UMKM Yogyakarta.

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sebuah usaha yang dikelola oleh perorangan, kelompok, atau badan usaha. Pengelompokan UMKM didasari modal usaha yang dikeluarkan atau pendapatan tahunan yang diperoleh. Modal usaha mencakup sumber dana yang berasal dari pemilik bisnis dan pinjaman yang dipakai untuk mendukung operasional usaha di luar tanah dan bangunan usaha. Sektor UMKM memiliki peran penting dalam mendukung pemulihan dan perkembangan ekonomi di Indonesia. Berdasarkan data yang dirilis oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KUKM) tahun 2023, UMKM memberikan kontribusi sebesar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) negara dan menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja. Di tahun 2020, perekonomian Indonesia mengalami penurunan yang cukup signifikan karena pandemi Covid-19. Berdasarkan data dari Ikhsan Ingratubun selaku Ketua Asosiasi UMKM Indonesia, jumlah UMKM mengalami penurunan secara drastis dari 64,7 juta pada tahun 2019 menjadi 34 juta pada tahun 2020. Akibatnya, ada sekitar tujuh juta pekerja UMKM yang kehilangan pekerjaan. Penurunan ini terjadi terutama pada tingkat usaha mikro. Kementerian Keuangan Indonesia juga mencatat adanya penurunan ekonomi yang substansial, dengan penurunan ekonomi dari 5,02% di tahun 2019 menjadi 2,97% di tahun 2020.

Pandemi Covid-19 juga menyebabkan ketidakstabilan ekonomi di Indonesia, salah satunya terjadi di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), yang mengalami penurunan cukup besar terutama pada sektor pertanian, pariwisata, dan lainnya. Penurunan ini berdampak pada tingkat pendapatan penduduk DIY. Kepala Bappeda Kulonprogo menjelaskan bahwa pertumbuhan ekonomi DIY mengalami penurunan yang signifikan selama pandemi dan mencapai angka -2,69%. Berdasarkan

data dari Jogjapro untuk tahun 2022, DIY mengalami peningkatan pertumbuhan ekonomi sebesar 5,15%. Hal ini menjadi indikator keberhasilan pemulihan ekonomi setelah pandemi Covid-19.

Dwi Hanggoro Widyaiswara, ahli Madya Pada PPSDM Kemendagri Regional Yogyakarta, menyatakan bahwa Yogyakarta merupakan daerah yang masyarakatnya banyak memilih untuk membuka usaha. Akan tetapi, peningkatan jumlah usaha mikro di DIY tidak luput dari tantangan baru yang harus dihadapi oleh para pelaku usaha. Berdasarkan data dari pemerintah Yogyakarta tahun 2022, ada enam faktor yang menjadi penghambat pertumbuhan usaha mikro yaitu kendala akses keuangan, keterbatasan SDM, kurangnya relasi yang dapat berakibat pada sulitnya melakukan penetrasi pasar, ketatnya persaingan dalam industri, rumitnya regulasi dan birokrasi, serta cepatnya perkembangan teknologi dan inovasi. Itu sebabnya, para pelaku UMKM perlu mengembangkan kompetensi dan memperluas jaringan mereka agar tetap dapat bersaing di pasar.

Persaingan usaha yang semakin ketat membuat *network reliance* menjadi salah satu solusi bagi UMKM untuk meningkatkan kinerja usahanya (Nadapdap, 2020). *Network reliance* merupakan kesiapan seorang pelaku usaha untuk mengandalkan, mempercayai keahlian, tujuan, dan motif dari mitra usahanya (Udimal et al., 2021). Adanya *network reliance* yang terjalin dengan pemasok, pelanggan atau sesama pelaku usaha baik di industri yang sama ataupun berbeda, dapat meningkatkan kualitas sumber daya, skala usaha, pendapatan usaha, dan keunggulan kompetitif (Lubis, 2022).

Melalui *network reliance*, ekosistem kewirausahaan terbentuk dan menciptakan situasi di mana pelaku usaha berkolaborasi dalam lingkungan yang lebih bersahabat. Pelaku usaha yang memiliki integritas akan mendapatkan manfaat peningkatan kinerja dari kerjasama bisnis dibandingkan pelaku usaha yang mencuri keuntungan dan merugikan pihak lain. Jadi dalam memanfaatkan *networking* usaha, diperlukan *external networking behaviour* yang menjadi faktor penunjang keberhasilan terjadinya hubungan suatu usaha (Udimal et al., 2021).

*External networking behaviour* dalam penelitian ini menggambarkan sebuah tindakan yang bertujuan untuk membangun, merawat, dan memanfaatkan jaringan informal yang memiliki potensi untuk mempermudah aktivitas individu dalam konteks pekerjaan dengan memberikan akses terhadap sumber daya secara sukarela dan meningkatkan keuntungan bersama (Wolff & Moser, 2009). Dalam penelitian ini komponen utama *external networking behaviour* yang akan diteliti adalah *maintaining contacts* dan *using contacts*.

Berdasarkan hasil penelitian Uljanatunnisa (2020), memiliki mitra bisnis dapat meningkatkan kinerja UMKM. Dengan adanya *network reliance*, pelaku usaha bisa mendapatkan informasi tentang peluang usaha (Boso et al., 2013). Peluang dapat diidentifikasi apabila pelaku usaha memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi (Wales et al., 2013). Menurut Miller (2011) orientasi kewirausahaan terdiri dari inovasi, proaktif, dan berani mengambil resiko. Aspek inovatif dari orientasi kewirausahaan akan mendorong pelaku usaha agar lebih eksploratif, yang mengacu pada pencarian jaringan usaha yang lebih proaktif.

Berdasarkan penjabaran masalah di atas, dapat dilihat bahwa minat untuk berwirausaha di Yogyakarta sangat tinggi, tetapi para pelaku UMKM memiliki hambatan dalam menjalankan usahanya. Dengan adanya *network reliance* diharapkan dapat membantu para pelaku usaha untuk mendapatkan informasi dan peluang usaha. Untuk dapat meningkatkan *network reliance*, diperlukan *external networking behavior* dan orientasi kewirausahaan agar tercipta lingkungan bisnis yang mendukung. Itu sebabnya penelitian ini akan menganalisa pengaruh *network reliance*, *external networking behavior*, dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja kewirausahaan UMKM di Yogyakarta.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Kinerja Kewirausahaan

Kinerja kewirausahaan adalah kemampuan seorang wirausaha untuk mengubah sumber daya menjadi hasil yang bermanfaat dan kemampuan untuk mencapai tujuan usaha (Udimal et al., 2021, Anggriani & Kistyanto, 2021). Pelaku usaha yang mampu mengelola sumber daya dengan efisien, dapat menjadi sebuah tolak ukur bahwa pelaku usaha tersebut sukses dalam meningkatkan kinerja usahanya.

Kinerja usaha dapat dilihat dari pertumbuhan yang dialami seperti bertambahnya jumlah karyawan, meningkatnya volume penjualan, peningkatan jumlah produksi, dan peningkatan pendapatan usaha (Netty & Yustien, 2019, Sumardi & Zulpahmi, 2017). Kinerja kewirausahaan juga dapat diukur dari kualitas produk dan layanan yang diberikan, loyalitas pelanggan, dan kepuasan dari pelanggan (Homburg & Wielgos, 2022). Cara lain untuk mengukur kinerja usaha adalah dengan membandingkan pertumbuhan usaha dengan pesaing bisnis atau competitor di industry yang sama.

Kinerja UMKM dapat ditingkatkan melalui beberapa aspek seperti membangun jaringan bisnis, menciptakan inovasi produk atau jasa, dan memberikan pelatihan kepada pelaku usaha untuk meningkatkan keterampilannya dalam mengelola usaha (Herman & Nohong, 2022).

### 2.2 Network Reliance

*Network reliance* merupakan kesiapan seorang pelaku usaha untuk mengandalkan dan mempercayai keahlian, tujuan dan motif dari *partner* bisnisnya (Choi, 2013). *Partner* bisnis digambarkan sebagai bentuk kerjasama yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang membentuk suatu kerjasama yang didasari oleh kesepakatan kedua pihak dan adanya ketergantungan atau saling membutuhkan untuk meningkatkan pendapatan, jumlah produksi dan kemampuan pelaku usaha (Nadapdap, 2020). Pelaku usaha bisa mendapatkan pengetahuan baru dan informasi penting tentang produk atau jasa dari *partner* bisnis (Su et al., 2015). Dalam konteks ini partner bisnis yang dimaksud yaitu pemasok, pelanggan, atau sesama pelaku usaha baik bergerak di bidang yang sama ataupun berbeda. Membangun *network reliance* dengan *supplier* bisa memberikan dampak positif yang signifikan pada kinerja perusahaan, seperti pengurangan biaya dan peningkatan kualitas layanan (Lubis, 2022). *Network reliance* juga membantu para pelaku UMKM menghindari resiko rendahnya penetrasi market (Nur Fauziah, 2022).

*Network reliance* memainkan peran penting dalam peningkatan kinerja kewirausahaan karena membantu pelaku usaha untuk mengidentifikasi peluang, melihat respon pasar, dan membuka akses terhadap sumber daya lain (Petzer et al., 2012, Boso et al., 2013, Rahman et al., 2022). Adanya *networking* dapat membuka peluang kolaborasi antar usaha, berbagi pengetahuan yang mendukung pertumbuhan bisnis, serta menjaga keunggulan kompetitif (Alamsyah & Utami, 2018, Pratama, 2020) Kemampuan seorang pelaku usaha dalam memanfaatkan *network* yang dimiliki merupakan faktor penting untuk meningkatkan keberhasilan usaha (Musteen et al., 2014).

*Network reliance* merupakan sebuah bentuk dari kerjasama dua pihak atau lebih untuk mencapai hasil yang ditetapkan dan membentuk kepercayaan dengan *partner* bisnis (Setiawati, 2022). Untuk memiliki *network reliance*, pelaku usaha harus bisa menjaga kepercayaan *partner* bisnisnya. Oleh karena itu, aspek *behaviour* dari pelaku usaha harus diperhatikan. Hal ini sejalan dengan pernyataan dari Wolff & Moser (2006), bahwa perilaku seseorang dalam menjalin kerjasama mempengaruhi *network reliance*.

H<sub>1</sub>: *Network reliance* berpengaruh positif terhadap kinerja kewirausahaan.

H<sub>2</sub>: *Network reliance* berpengaruh positif terhadap *external networking behavior*.

### 2.3 External Networking Behavior

*External networking behaviour* merupakan sebuah inisiatif yang dilakukan pelaku usaha untuk melakukan interaksi dengan *partner* bisnisnya (Ford & Mouzas, 2013). *External networking behaviour* juga menggambarkan perilaku pelaku usaha yang menjalin, menjaga, dan memanfaatkan hubungan bisnis dengan tidak berperilaku oportunistik dan berusaha menciptakan hubungan bisnis yang sehat (Wolff & Moser, 2011, Udimal et al., 2021). Kemampuan seorang pelaku usaha dalam memanfaatkan *network* yang dimiliki dan mengembangkan hubungan antar *partner* bisnis, dapat mempermudah akses ke beberapa sumber daya yang dibutuhkan (Hakala, 2011). Hubungan yang baik dengan *partner* bisnis bisa membantu seorang pelaku usaha untuk meningkatkan kinerja usahanya (Lubis, 2022).

*External networking behaviour* mendorong persaingan yang sehat antar pelaku usaha saat mencari peluang baru. Keberhasilan sebuah jaringan usaha ditentukan oleh individu yang memiliki tingkat integritas yang tinggi, komitmen terhadap kerjasama yang dilakukan, rasa percaya, dan saling menghargai (Setyawati et al., 2020). Memanfaatkan *networking* yang dimiliki untuk memperoleh informasi penting dan akses ke berbagai peluang merupakan fungsi utama *network reliance*, tetapi dalam menjalin hubungan perlu diperhatikan perilaku atau *behaviour* seorang pelaku usaha. Dengan demikian, *external networking behaviour* dinilai membantu pelaku usaha untuk meningkatkan kinerja apabila dijalankan dengan baik.

H<sub>3</sub>: *External networking behaviour* berpengaruh positif terhadap kinerja kewirausahaan.

H<sub>4</sub>: *External networking behavior* berpengaruh positif memediasi *network reliance* terhadap kinerja kewirausahaan.

### 2.4 Orientasi Kewirausahaan

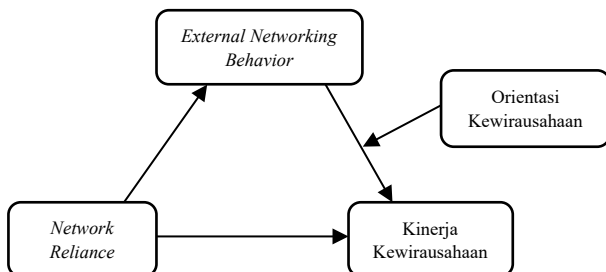
Orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang untuk berinovasi, proaktif, dan siap untuk mengambil resiko dalam memulai dan mengelola bisnis (Musara & Nieuwenhuizen, 2020). Inovasi merupakan penerapan ide atau kebiasaan baru dalam suatu usaha, yang mencakup berbagai aspek seperti pengembangan produk baru, teknologi proses produksi baru, sistem administrasi baru, serta program atau rencana baru dalam organisasi (Ndubisi, 2014). Inovasi menjadi faktor meningkatnya daya saing UMKM (Kumar, 2021). Proaktif adalah sikap dari pemilik usaha yang aktif melihat peluang baru lalu dikembangkan, diperkenalkan dan memperbaiki produk atau layanan (Rhizky et al., 2019). Mengambil resiko merupakan keberanian dalam membuat sebuah keputusan besar (Handayani et al., 2014).

Individu yang memiliki tingkat orientasi kewirausahaan yang tinggi memusatkan perhatiannya pada aspek inovasi, memulai perubahan, dan merespon dengan cepat terhadap perubahan yang terjadi di pasar (Setyawati et al., 2020). Tingginya orientasi kewirausahaan secara signifikan mempengaruhi kemampuan seorang pelaku usaha dalam merumuskan strategi bisnis yang akurat, menghasilkan produk yang berkualitas, menawarkan produk yang lebih unggul, variasi produk yang beragam, dan memberikan layanan terbaik kepada pelanggan (Hutahayan, 2019).

Orientasi kewirausahaan memiliki kontribusi terhadap peningkatan penjualan, dan mempengaruhi kinerja kewirausahaan (Mohamood & Hanafi, 2013, Mu et al., 2017, Palmer et al., 2019). Orientasi kewirausahaan juga merupakan aspek pendorong kinerja *networking* sehingga menciptakan pasar yang lebih luas (Yoon & Kim, 2016). Lestari et al. (2015) menyatakan bahwa semakin baik *network reliance*, maka hasil kerjasama yang dilakukan akan lebih optimal. Hal ini sejalan dengan pernyataan bahwa hubungan antara *networking* bisnis dan orientasi kewirausahaan menghasilkan dampak positif terhadap pemanfaatan *networking* dalam mengembangkan orientasi

kewirausahaan (Fiati, 2016). Orientasi kewirausahaan bisa membangun lingkungan usaha yang baru sehingga dibutuhkan untuk mengembangkan *network* usaha dan secara otomatis akan berkontribusi dalam peningkatan kinerja usaha (Zhou et al., 2012).

H<sub>5</sub>: Orientasi kewirausahaan memperkuat hubungan antara *external networking behavior* dan kinerja kewirausahaan.



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Udimal et al., 2021

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menguji hipotesis untuk mengetahui apakah *network reliance* berpengaruh positif terhadap *external networking behavior* dan kinerja kewirausahaan. Penelitian ini juga ingin melihat apakah *external networking behavior* berpengaruh positif terhadap kinerja kewirausahaan dan apakah *external networking behavior* berpengaruh positif memediasi *network reliance* terhadap kinerja kewirausahaan. Selain itu, dalam penelitian ini akan dibahas apakah orientasi kewirausahaan memoderasi hubungan antara *external networking behavior* dan kinerja kewirausahaan. Pengumpulan sampel menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada para pelaku UMKM di Yogyakarta yang usahanya sudah beroperasi minimal lima tahun. Variabel *network reliance* (NR) memiliki sembilan indikator, *external networking behavior* (ENB) lima indikator, kinerja kewirausahaan (KK) enam indikator, dan orientasi kewirausahaan (OK) sebelas indikator (lampiran 1). Seluruh indikator diukur menggunakan skala Likert. Skala ini mengukur sejauh mana responden setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang diberikan, dan biasanya berkisaran pada skala lima poin dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju) dengan titik netral di tengah (Sekaran dan Bougie, 2019).

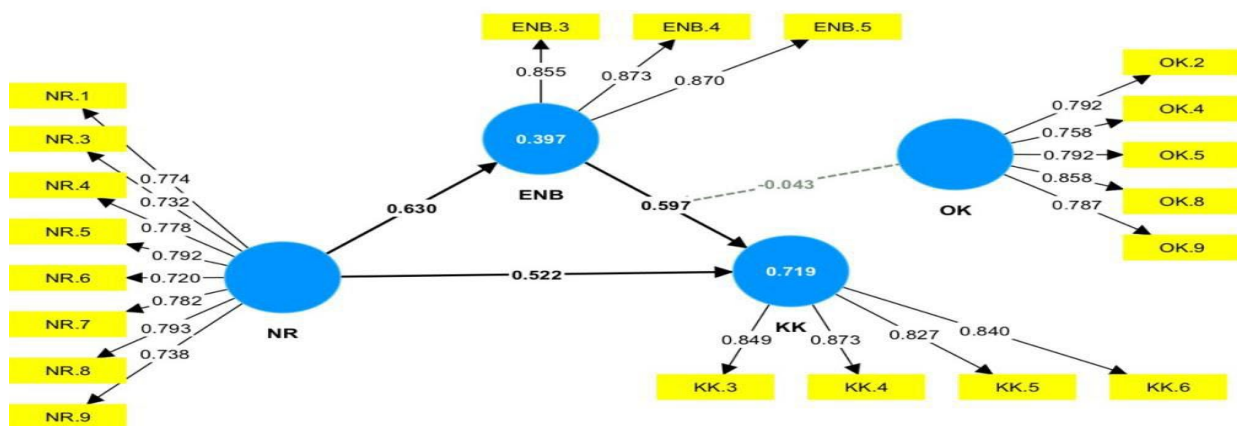
Pengujian model pengukuran dan model struktural menggunakan alat statistik *partial least square-structural equation model* (PLS-SEM). Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa semua indikator tersebut sudah sesuai dan akurat sehingga dapat dianalisis dan diinterpretasikan dengan tepat (Sekaran & Bougie, 2019). Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas konvergen dan validitas diskriminan. Uji validitas konvergen dilakukan dengan menggunakan *factor loading* > 0,7 dan *Average Variance Extracted* (AVE) > 0,5 (Ghozali dan Latan, 2020). Pengujian validitas diskriminan dilakukan dengan Fornell-Larcker. Fornell-Larcker kerap kali diartikan sebagai alat untuk membandingkan akar kuadrat dari AVE terhadap variabel laten. Hal ini menandakan bahwa nilai dari akar kuadrat AVE dari setiap konstruk harus lebih besar dari pada nilai korelasinya dengan konstruk lain (Sekaran & Bougie, 2019). Uji reliabilitas Uji reliabilitas ini dilakukan untuk melihat sejauh mana alat ukur dapat diandalkan, konsisten, dan tepat dalam melakukan pengukuran. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan *cronbach's alpha* dan *composite reliability* dengan batas ukuran 0,7 (Hair et al., 2019).

Evaluasi model struktural dapat dilakukan dengan melihat besarnya presentase varian yaitu nilai *R-Squared* ( $R^2$ ) untuk konstruk laten endogen. Dengan demikian  $R^2$  dapat merepresentasikan jumlah varian dari konstruk yang dijelaskan oleh model (Ghozali dan Latan, 2020). Evaluasi model struktural juga dilakukan dengan melihat nilai signifikansi yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Uji hipotesis dilakukan dengan melihat t-statistik dan *p-value*. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5%. Hipotesis didukung jika t-statistik > 1,65 dan *p-value* < 0,05 (Sekaran dan Bougie, 2019). Penelitian ini juga akan melihat apakah terdapat pengaruh tidak langsung antar variabel serta apakah variabel moderasi memperkuat atau memperlemah hubungan antar variabel dalam model.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dari penelitian ini adalah 344 pelaku UMKM di Yogyakarta yang usahanya sudah berjalan minimal lima tahun. Jenis industri responden beragam mulai dari industri makanan dan minuman, jasa, manufaktur sampai pertanian. Uji pendahuluan dilakukan dengan 50 responden untuk memastikan indikator dan variabel yang digunakan valid dan reliabel. Dari uji pendahuluan diperoleh hasil bahwa beberapa indikator dari masing-masing variabel ada yang tidak valid sehingga tidak digunakan dalam pengujian aktual.

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk membuktikan bahwa penelitian yang dilakukan memiliki ketelitian ilmiah. Hasil pengujian model pengukuran dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Pengujian model pengukuran  
 Sumber: Hasil olah data (2024)

Hasil uji validitas konvergen menggunakan *factor loading* menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan valid karena memenuhi kriteria *factor loading* lebih besar dari 0,7. Uji validitas konvergen terhadap masing-masing variabel yang digunakan juga menunjukkan hasil yang valid karena AVE lebih besar dari 0,5.

Tabel 1  
 Hasil Uji Validitas Konvergen

Indikator	Factor Loading	AVE	Hasil
NR1	0.774	0.584	Valid
NR3	0.732		Valid

NR4	0.778		Valid
NR5	0.792		Valid
NR6	0.720		Valid
NR7	0.782		Valid
NR8	0.793		Valid
NR9	0.738		Valid
OK2	0.792		Valid
OK4	0.758		Valid
OK5	0.792	0.637	Valid
OK8	0.858		Valid
OK9	0.787		Valid
ENB3	0.855		Valid
ENB4	0.873	0.750	Valid
ENB5	0.870		Valid
KK3	0.849		Valid
KK4	0.873		Valid
KK5	0.827	0.719	Valid
KK6	0.840		Valid
OK × ENB	1.000		Valid

Sumber: Hasil olah data (2024)

Pengujian validitas diskriminan menggunakan *Fornell-Larcker Criterion* dan diperoleh hasil nilai akar kuadrat AVE lebih tinggi daripada nilai korelasi sehingga dinyatakan valid.

Tabel 2  
Hasil Uji Validitas Diskriminan

	ENB	KK	NR	OK
ENB	<b>0.866</b>			
KK	0.822	<b>0.848</b>		
NR	0.630	0.649	<b>0.764</b>	
OK	0.712	0.700	0.707	<b>0.798</b>

Sumber: Hasil olah data (2024)

Reliabilitas variabel diuji dengan menggunakan *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Hasil uji reliabilitas menggunakan Smart-PLS menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel karena memenuhi kriteria lebih besar dari 0,7.

Tabel 3  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Hasil
ENB	0.833	0.900	Reliabel
KK	0.869	0.911	Reliabel
NR	0.898	0.918	Reliabel
OK	0.857	0.897	Reliabel

Sumber: Hasil olah data (2024)

Evaluasi model struktural (*inner model*) dilakukan setelah seluruh indikator dan variabel yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel. Pengujian model struktural memproyeksi hubungan sebab-akibat setiap variabel penelitian yang sifatnya tidak bisa diukur secara langsung (Ghozali & Latan, 2020). Analisis *inner model*, atau yang biasa disebut uji hipotesis merupakan sebuah metode untuk memeriksa hubungan antar variabel dalam sebuah penelitian, terutama hubungan antara variabel independen dan dependen (Hair et al., 2019).

Model struktural dapat dievaluasi dengan koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk melihat seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen. Dalam penelitian ini, nilai  $R^2$  untuk variabel *external networking behavior* adalah 0,397, yang berarti bahwa variabel *network reliance* menjelaskan *external networking behavior* sebesar 39,7% dan sisanya dijelaskan variabel lain di luar model. Nilai  $R^2$  untuk variabel kinerja kewirausahaan adalah sebesar 0,719 yang artinya, variabel *network reliance* dan *external networking behavior* mampu menjelaskan variabel kinerja kewirausahaan sebesar 71,9% dan sisanya dijelaskan variabel lain di luar model.

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh antar variabel yang digunakan dalam penelitian dan menarik kesimpulan dari hubungan antar variabel tersebut. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis *path coefficients* dengan memperhatikan t-statistik dan *p-value*. Berdasarkan tabel 4, didapati hasil bahwa seluruh hipotesis didukung karena nilai t-statistik lebih besar dari 1,65 dan *p-value* lebih kecil dari 0,05.

Tabel 4  
Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Original Sample	Sample Mean	t-statistik	p-value
NR → KK	0.146	0.158	2.405	0.008
NR → ENB	0.630	0.632	10.454	0.000
ENB → KK	0.597	0.585	9.462	0.000
NR → ENB → KK	0.736	0.368	9.118	0.000
OK × ENB → KK	-0.043	-0.041	2.828	0.002

Sumber: Hasil olah data (2024)

Berdasarkan hasil *path coefficient* pada Tabel 4, *network reliance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja kewirausahaan. Hasil penelitian ini menguatkan hasil penelitian dari Udimal et al. (2021) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *network reliance* dan kinerja kewirausahaan. Hasil ini juga sejalan dengan hasil penelitian Lubis et al. (2022) yang menyatakan bahwa sebuah usaha memerlukan *network reliance* agar perilaku pasar menjadi lebih stabil, dan membantu peningkatan kinerja berupa peningkatan penjualan, skala usaha ataupun peningkatan kepuasan dari pelanggan.

Penelitian Mohamad dan Chin (2019) mendapatkan hasil bahwa UMKM memperoleh banyak manfaat melalui *networking* bisnis seperti pengetahuan dan informasi terkait produk atau layanan dari suppliers dan pelanggan. Grandy (2015) menyatakan bahwa *network reliance* memberikan keuntungan untuk usaha kecil karena memperoleh sumber daya yang dapat membantu keberlanjutan usahanya. Menjalinkan *network reliance* dengan *supplier* dan penyedia keuangan dapat membantu para pelaku usaha dalam memperoleh sumber daya dan modal lebih mudah (Lee & Doona, 2016).

Secara umum, kinerja UMKM dipengaruhi oleh faktor internal dan juga eksternal (Notoatmodjo, 2010). Pelaku usaha dapat melakukan kolaborasi usaha dengan pihak eksternal seperti mitra bisnis (Street & Cameron, 2007). Mitra bisnis menjadi jembatan bagi pelaku usaha menuju pasar yang lebih luas dan dapat menghubungkan pelaku usaha ke pemasok, pelanggan, atau mitra usaha yang baru (Marvell et al., 2019). Keberhasilan dalam menjalinkan *network reliance* dengan mitra usaha didasari oleh aspek perilaku (*behavior*) untuk menjaga keberlangsungan hubungan bisnis dengan pihak eksternal (Wolff et al., 2011). Menjalinkan *network reliance* merupakan kegiatan penting yang dilakukan oleh seorang pelaku usaha untuk meningkatkan kinerja usahanya karena



pelaku usaha akan mendapatkan kemudahan dalam mengakses informasi yang dibutuhkan (Morissh, 2020).

Pelaku UMKM yang masih memiliki banyak keterbatasan terhadap akses pengetahuan, peluang, dan modal usaha menjadi tantangan yang dihadapi pelaku UMKM sampai sekarang. Pelaku usaha yang memiliki *external networking behavior* yang baik dapat memperoleh pengetahuan yang bermanfaat untuk perkembangan usahanya, mampu mendapatkan pembelajaran dari pengalaman mitra usaha, dan berbagi sumber daya dari mitra bisnisnya (Giudici, 2013).

Berdasarkan hasil *path coefficient* pada tabel 4, *external networking behaviour* berpengaruh positif terhadap kinerja kewirausahaan. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif *external networking behavior* terhadap kinerja kewirausahaan. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Udimal et al. (2021) dan Wolff dan Moser (2009) yang menyatakan bahwa *external networking behavior* mendukung peningkatan kinerja usaha. Hal ini sejalan dengan pernyataan dari Lubis et al. (2022) bahwa pelaku UMKM harus memiliki kemampuan untuk mempertahankan hubungan bisnis untuk mencapai keunggulan kompetitif usahanya. Mardjono (2015) dan Mudiantono (2019) juga mengungkapkan bahwa keberhasilan seorang pelaku usaha untuk mempertahankan hubungan bisnis diukur melalui terjalinnya hubungan yang baik dengan kerabat, teman, dan pihak eksternal lainnya seperti pemasok, pelanggan, dan bahkan pesaing.

Tabel 4 juga menunjukkan bahwa *external networking behavior* positif dan signifikan memediasi *network reliance* terhadap kinerja kewirausahaan. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wolff & Moser (2006) dan Wanigasekara et al., (2023) yang menyatakan bahwa *external networking behavior* memberikan pengaruh baik langsung dan tidak langsung terhadap peningkatan kinerja. Kemampuan seorang pelaku UMKM untuk menjaga dan memanfaatkan jaringan yang dimilikinya dapat membantunya memiliki kesiapan untuk mengandalkan jaringan usahanya sehingga pada akhirnya berpengaruh pada peningkatan kinerja.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan memperlemah hubungan antara *external networking behavior* dan kinerja kewirausahaan UMKM di Yogyakarta. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ibrahim & Abdulsalam (2016) dan Rotich et al. (2015). Dari hasil penelitian ini didapati bahwa kemampuan seseorang untuk berinovasi, proaktif, dan siap untuk mengambil resiko justru melemahkan hubungan antara kemampuan pelaku UMKM memanfaatkan *network* yang dimiliki dan kinerja usahanya. Ada kemungkinan yang memperkuat hubungan antara *networking behavior* dan kinerja kewirausahaan UMKM di Yogyakarta adalah faktor-faktor lain seperti lingkungan sosial dan budaya.

## 5. KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *network reliance* dan *external networking behaviour* terhadap kinerja kewirausahaan UMKM di Yogyakarta, pengaruh *networking reliance terhadap external networking behavior*, pengaruh *external networking behavior* sebagai variabel *intervening* antara *network reliance* dan kinerja kewirausahaan UMKM di Yogyakarta serta efek moderasi orientasi kewirausahaan terhadap *external networking behavior* dan kinerja kewirausahaan UMKM di Yogyakarta. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner kemudian diolah menggunakan alat statistik SmartPLS 4 dan memperoleh hasil bahwa *network reliance* berpengaruh positif terhadap kinerja kewirausahaan dan *external networking behavior*, *external networking behavior* berpengaruh positif terhadap kinerja kewirausahaan dan memediasi hubungan antara *network reliance* dengan kinerja kewirausahaan, dan orientasi kewirausahaan memperlemah hubungan *external networking behaviour* dan kinerja kewirausahaan UMKM di Yogyakarta.

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk para pelaku UMKM di Yogyakarta dalam peningkatan kesadaran pentingnya *network reliance* dalam suatu bisnis untuk mengakses sumber

daya, informasi, dan peluang baru untuk perkembangan usahanya. Pelaku usaha diharapkan lebih memperhatikan aspek *external networking behaviour* saat melakukan interaksi dengan pihak eksternal, sehingga perilaku pelaku usaha saat membangun *networking* dapat berjalan dengan baik.

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah penelitian ini hanya berfokus pada UMKM di Yogyakarta, sehingga hasil penelitian ini mungkin tidak dapat diterapkan secara langsung kepada UMKM di lokasi lain. Penelitian selanjutnya dapat mengambil lokasi lain dan melibatkan lebih banyak UMKM dari industri yang berbeda. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat mempertimbangkan faktor latar belakang keluarga menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi kinerja kewirausahaan seperti pengalaman pelaku usaha, *entrepreneurial passions*, dan akses kepada sumber daya.

## LAMPIRAN 1

Indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **Network Reliance**

- NR1 Jika hubungan saya dengan partner bisnis ini dihentikan, akan timbul kesulitan yang akan berdampak pada pertumbuhan bisnis di masa depan.
- NR2 Sumber daya yang diperoleh dari partner bisnis sangat penting bagi kinerja usaha saya di masa depan.
- NR3 Saya bergantung pada pengetahuan yang diperoleh dari partner bisnis saya.
- NR4 Sumber daya yang diperoleh dari partner bisnis penting bagi usaha saya.
- NR5 Jika hubungan dengan partner terputus, saya akan kesulitan mencari penggantinya.
- NR6 Partner bisnis saya dapat dipercaya.
- NR7 Partner bisnis saya dapat diandalkan
- NR8 Saya yakin partner bisnis saya tidak akan bertindak oportunistis.
- NR9 Partner bisnis saya tidak akan membocorkan informasi penting yang didapatkan dari saya.

### **External Networking Behavior**

- ENB1 Ketika saya memperoleh informasi dari organisasi lain yang mungkin penting bagi partner bisnis saya, maka saya akan meneruskannya kepada partner bisnis saya.
- ENB2 Saya menggunakan kontak saya di luar bisnis saya untuk meminta nasihat bisnis.
- ENB3 Untuk keperluan bisnis, saya tetap menjalin hubungan dengan mantan partner bisnis saya.
- ENB4 Jika saya bertemu kenalan dari organisasi lain, saya mendekati mereka untuk mencari informasi terbaru.
- ENB5 Saya bertukar informasi dengan kenalan dari organisasi lain.

### **Kinerja Kewirausahaan**

- KK1 Dibandingkan dengan pesaing saya, kinerja bisnis saya secara keseluruhan lebih tinggi.
- KK2 Dibandingkan dengan pesaing saya, pangsa pasar bisnis saya lebih tinggi.

- KK3 Dibandingkan dengan pesaing saya, pertumbuhan bisnis saya lebih tinggi.
- KK4 Dibandingkan dengan pesaing saya, keuntungan bisnis saya saat ini lebih tinggi.
- KK5 Bisnis saya sudah mengembangkan sejumlah produk baru selama tiga tahun terakhir.
- KK6 Proses yang dikembangkan oleh bisnis saya dalam tiga tahun terakhir lebih unggul dibandingkan pesaing saya.

## REFERENSI

- Alamsyah, A., & Utami, A. (2018). Social network performance analysis and content engagement on Indonesia's E-commerce: Case studies Tokopedia and Bukalapak. In 2018 6th International Conference on Information and Communication Technology, ICoICT 2018 (pp. 464–469). Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc. <https://doi.org/10.1109/ICoICT.2018.8528729>
- Anggriani, Y. Y., & Kistyanto, A. (2021). Pengaruh Entrepreneurial Leadership Terhadap Kinerja Umkm Kota Surabaya Melalui Inovasi. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3). <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4534>
- Boso, N., Story, V. M., Cadogan, J. W., Micevski, M., & Kadić-Maglajlić, S. (2013). Firm innovativeness and export performance: Environmental, networking, and structural contingencies. *Journal of International Marketing*, 21(4), 62-87.
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). Research methods for business: A skill building approach. John Wiley & Sons.
- Choi, B., Park, D., Jung, S., & Lee, Y. (2013). Networks, competencies, and firm performance in ventures. *Korean Journal of Business Administration*, Vol. 26, 3115–3146.
- Fiati, R. (2016). Strategi Pengembangan Jaringan Usaha UMKM Pigura Kaligrafi Memasuki Pasar Ekspor. *Jurnal Dianmas*, 5(April), 53–62.
- Ford, D., & Mouzas, S. (2013). The theory and practice of business networking. *Industrial Marketing Management*, Vol. 42, 433–442.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares, Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Peneliti*. Universitas Diponegoro.
- Grandy, D. (2015). Small Business Strategies for Company Profitability and Sustainability. Walden University. Retrieved from UMI 3700959 Published
- Hakala, H. (2011). Strategic Orientations in Management Literature: Three Approaches to Understanding the Interaction between Market, Technology, Entrepreneurial and Learning Orientations. *International Journal of Management Reviews*, 13(2), 199–217. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2010.00292.x>
- Handayani, N. U., Santoso, H., & Susanto, Y. I. (2014). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Di Klaster Industri Mebel Kabupaten Blora. *J@ ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 9(1), 11-18.
- Herman, B., & Nohong, M. (2022). Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 19(1), 1–19. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v19i1.18575>
- Homburg, C., & Wielgos, D. M. (2022). The value relevance of digital marketing capabilities to firm performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 666–688. <https://doi.org/10.1007/s11747-022-00858-7>

- Hutahayan, B. (2019). Factors affecting the performance of Indonesian special food SMEs in entrepreneurial orientation in East Java. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(2), 231-246.
- Ibrahim, N., & Mas'ud, A. (2016). Moderating Role of Entrepreneurial Orientation on the Relationship between Entrepreneurial Skills, Environmental Factors and Entrepreneurial Intention: A PLS Approach. *Management Science Letters*, 6, 225-236. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2016.1.005>
- Lee, J. Z., & Decolis, D. M. (2016). Social networks and the acquisition of resources by technology-based new ventures new ventures. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, (April), 20.
- Lestari, C., Lubis, N., & Widayanto. (2015). Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Studi pada IKM Makanan di Kecamatan Kuningan Kabupaten Kuningan Jawa Barat). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 185–196.
- Mardjono, E. S. (2015). Model Jejaring Wirausaha, Sebagai Faktor Pendukung Perekonomian Perspektif Keuangan Dan Non Keuangan. *Jurnal Ilmiah STIE MDP*, 4(2), 84– 97.
- Marvel, M. R., Sullivan, D. M., & Wolfe, M. T. (2019). Accelerating Sales in Start-Ups: A Domain Planning, Network Reliance, and Resource Complementary Perspective. *Journal of Small Business Management*, 57(3), 1086–1101. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12425>
- Miller, D. (2011). Miller (1983) revisited: A reflection on EO research and some suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 35, 873–894.
- Mudiantono, A. K. A. F. (2019). Analisis Pengaruh Jaringan, Teknologi Informasi Dan Komunikasi, serta Inovasi Terhadap Keunggulan bersaing dan Kinerja Usaha (Studi pada UMKM di Purwokerto). *Diponegoro Journal of Management*, 8(4), 74–84. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/viewFile/25523/22635>
- Musara, M., & Nieuwenhuizen, C. (2020). Informal sector entrepreneurship, individual entrepreneurial orientation and the emergence of entrepreneurial leadership. *Africa Journal of Management*, 194–213. <https://doi.org/10.1080/23322373.2020.1777817>
- Musteen, M., Datta, D. K., & Butts, M. M. (2014). Do International Networks and Foreign Market Knowledge Facilitate SME Internationalization? Evidence From the Czech Republic. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38(4), 749–774. <https://doi.org/10.1111/etap.12025>
- Nadapdap, M. W. W. H. J. (2020). Pengaruh Kemitraan Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Petani Dan Lembaga Mitra (Suatu Kasus Di Asosiasi Aspakusa Makmur). *Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 5(2), 84–92.
- Netty, H., Reni, Y. (2019). Pengaruh Modal, Penggunaan Informasi Akuntansi dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil (Survei Pada Usaha Rumahan Produksi Pempek di Kota Jambi). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 3(1), 63–76. <https://doi.org/10.31629/jiafi.v3i1.1582>
- Nur Fauziah, M. (2022). Pengembangan Jaringan Usaha dalam Perspektif Syariah pada UMKM Kriya Kayu untuk Menembus Pasar Ekspor. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia (JESI)*, 1(1), 31–41. <https://doi.org/10.57171/jesi.v1i1.10>
- Palmer, C., Niemand, T., Stöckmann, C., Kraus, S., & Kailer, N. (2019). The interplay of entrepreneurial orientation and psychological traits in explaining firm performance. *Journal of Business Research*, 94, 183–194. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.10.005>
- Petzer, D., de Klerk, S., & Saayman, M. (2012). Networking as key factor in Artpreneurial success. *European Business Review*, 24(5), 382–399. <https://doi.org/10.1108/09555341211254490>

- Pratama, A. H. N. L. N. I. B. T. A. I. (2020). Social Networking, and Firm Performance: Mediating Role of Comparative Advantage and Sustainable Supply Chain. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(3), 664–673.
- Rotich, A. K., Wanjau, K. L., & Namusonge, G. (2015). Moderating Role of Entrepreneurial Orientation on the Relationship between Relationship Lending and Financial Performance of manufacturing SMEs in Kenya. *European Journal of Business and Management*.
- Setyawati, H. A., Suroso, A., & Adi, P. H. (2020). Examining the impact of entrepreneurial orientation on marketing performance: the mediating role of entrepreneurial networking and innovation capability. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1895–1904.
- Street, C. T., and A. F. Cameron (2007). “External Relationships and the Small Business: A Review of Small Business Alliance and Network Research,” *Journal of Small Business Management* 45(2), 239–266.
- Su, Z., Xie, E., & Wang, D. (2015). Entrepreneurial orientation, managerial networking, and new venture performance in China. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 228–248.
- Sumardi, S., & Zulpahmi, Z. (2017). Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Husnayain Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan dan Menengah. Al-Urban: *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam*, 1(1), 68–89. [https://doi.org/10.22236/alurban\\_vol1/is1pp68-88](https://doi.org/10.22236/alurban_vol1/is1pp68-88)
- Udimal, T. B., Liu, E., & Lou, M. (2021). Network reliance and entrepreneurial performance, the role of external networking behaviour and entrepreneurial orientation: the case of rural farmer-entrepreneurs. *Innovation and Management Review*, 18(3), 308–330. <https://doi.org/10.1108/INMR-10-2019-0127>
- Uljanatunnisa, Y. H. S. M. (2020). CSR Partnership Model for Sustainable MSMEs Development: A Case Study of the Partnership Program at PT Jasa Marga (Persero) Tbk. *Society*, 8(1), 94–108. <https://doi.org/10.33019/society.v8i1.134>
- Wales, J. G. M. W. J. (2013). Entrepreneurial Orientation and Performance In Young Firms: The Role Of Human Resource Management. *International Small Business Journal*, 31(2), 115–136. <https://doi.org/10.1177/0266242611416141>
- Wolff, H. G., & Moser, K. (2006). Development and validation of a networking scale. *Diagnostica*, 52(4), 161-180.
- Wolff, H.-G.; Moser, K. (2009) Effects of networking on career success: A longitudinal study. *Journal of Applied Psychology*, 94, 196–206.
- Wolff, H. G., Schneider-Rahm, C. I., & Forret, M. L. (2011). Adaptation of a German multidimensional networking scale into English. *European Journal of Psychological Assessment*.
- Wanigasekara, S., Ali, M., French, E. L., & Baker, M. (2023). Internal and external networking behaviors and employee outcomes: a test of gender moderating effect. *Personnel Review*, 52(9), 2103–2132. <https://doi.org/10.1108/PR-08-2020-0641>