Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
6 (2) 2026, Page 30768-30778

Peran Kapabilitas dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kompetensi, dan Pengetahuan Pemasaran terhadap Kinerja UMKM Kopi Lokal di Kabupaten Tabanan

I Gede Putu Weda Subawa[1], I Putu Dony Indrayana[2], I Putu Ekapratama rangga Sudana[3]
Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (STISIP) Margarana
Corresponding Author I Gede Putu Weda Subawa, E-Mail: wedasubawa1971@gmail.com

Published: June, 2026

ABSTRACT
This study was conducted based on the inconsistent findings regarding the role of capabilities in improving the performance of Small and Medium Enterprises (SMEs). The study aimed to examine the mediating role of capabilities on the effects of entrepreneurial orientation, competence, and marketing knowledge on the performance of local coffee SMEs in Tabanan Regency. The research was carried out on local coffee SME owners in Tabanan Regency using a quantitative approach. Data were collected through questionnaires and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results showed that entrepreneurial orientation, competence, and marketing knowledge had a positive and significant effect on capabilities. Entrepreneurial orientation, competence, marketing knowledge, and capabilities also had a positive and significant effect on SME performance. Furthermore, capabilities were proven to mediate the effects of entrepreneurial orientation, competence, and marketing knowledge on SME performance. It can be concluded that capabilities play an important role in improving the performance of local coffee SMEs and act as a strategic mechanism in strengthening the influence of entrepreneurial orientation, competence, and marketing knowledge on business performance.

Keywords: entrepreneurial orientation, competence, marketing knowledge, capabilities, SME performance, local coffee SMEs.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang memiliki kontribusi strategis terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. UMKM berperan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat struktur perekonomian daerah. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2025), jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 30 juta unit usaha dan mendominasi struktur dunia usaha nasional. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran penting sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia, termasuk pada sektor agribisnis dan industri pengolahan kopi.

Salah satu sektor UMKM yang mengalami perkembangan signifikan dalam beberapa tahun terakhir adalah industri kopi. Perkembangan industri kopi didorong oleh meningkatnya konsumsi kopi domestik, perubahan gaya hidup masyarakat, pertumbuhan kedai kopi, serta meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk kopi berkualitas. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2025) melaporkan bahwa industri pengolahan kopi nasional terus mengalami peningkatan produksi dan ekspor sehingga membuka peluang yang besar bagi pelaku UMKM kopi untuk berkembang dan bersaing di pasar domestik maupun internasional.

Provinsi Bali merupakan salah satu daerah penghasil kopi yang memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif. Selain dikenal sebagai destinasi wisata dunia, Bali juga memiliki berbagai sentra produksi kopi yang tersebar di beberapa kabupaten, salah satunya Kabupaten Tabanan. Kabupaten Tabanan memiliki kawasan perkebunan kopi yang cukup luas, khususnya di wilayah Pupuan dan

Baturiti, yang menghasilkan kopi robusta dan arabika berkualitas tinggi. Potensi tersebut mendorong tumbuhnya berbagai UMKM kopi lokal yang bergerak pada kegiatan budidaya, pengolahan, pemasaran, hingga penyediaan produk kopi siap konsumsi.

Penelitian yang dilakukan oleh Arsawan et al. (2022) menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM di Bali tidak hanya dipengaruhi oleh sumber daya yang dimiliki, tetapi juga oleh kemampuan *knowledge sharing* dan budaya inovasi yang mampu menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan. Temuan serupa juga disampaikan oleh Indrayana et al. (2025) pada UMKM sektor *fashion* di Kota Denpasar yang menemukan bahwa kompetensi, pemasaran, dan kemampuan adaptasi usaha menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja UMKM. Selain itu, Indrayana dan Sudana (2025) menegaskan bahwa karakteristik kewirausahaan dan kemampuan pengelolaan usaha merupakan faktor yang mendorong keberhasilan pelaku usaha di Bali.

Meskipun memiliki peluang pasar yang besar, UMKM kopi lokal di Kabupaten Tabanan masih menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya. Persaingan usaha yang semakin ketat, perubahan preferensi konsumen, perkembangan teknologi digital, serta tuntutan inovasi produk mengharuskan pelaku usaha untuk memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengelola usahanya. Kinerja UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh sumber daya yang dimiliki, tetapi juga ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan sumber daya tersebut secara efektif dan efisien.

Dalam perspektif *Resource Based View* (RBV), keunggulan bersaing suatu usaha dapat diperoleh melalui pengelolaan sumber daya yang unik dan sulit ditiru oleh pesaing (Barney, 1991). Namun demikian, pada lingkungan bisnis yang dinamis, keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh kepemilikan sumber daya, tetapi juga kemampuan untuk mengintegrasikan, membangun, dan mengonfigurasi ulang sumber daya tersebut. Konsep tersebut dikenal sebagai kapabilitas dinamis (*dynamic capability*) yang dikemukakan oleh Teece et al. (1997). Menurut Wahyuni et al. (2022) dan Ratten (2023), kapabilitas merupakan kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan sumber daya, mengembangkan pengetahuan, serta merespons perubahan lingkungan bisnis secara efektif. Kapabilitas menjadi faktor penting yang memungkinkan UMKM untuk beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis dan meningkatkan kinerja usaha secara berkelanjutan.

Selain orientasi kewirausahaan, kompetensi juga menjadi faktor yang berperan penting dalam meningkatkan kinerja UMKM. Kompetensi mencerminkan kemampuan individu yang meliputi pengetahuan, keterampilan, pengalaman, dan sikap dalam menjalankan aktivitas usaha (Spencer & Spencer, 1993). Penelitian terbaru yang dilakukan oleh Wibowo et al. (2023), Sari dan Nugroho (2024), serta Putra et al. (2025) menemukan bahwa kompetensi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kinerja UMKM. Hasil tersebut didukung oleh Mahfud et al. (2022) yang menegaskan bahwa kompetensi kewirausahaan merupakan faktor penting yang menentukan keberhasilan usaha melalui peningkatan kemampuan pengambilan keputusan, pengelolaan sumber daya, dan pengembangan strategi bisnis. Semakin tinggi kompetensi yang dimiliki pelaku usaha, maka semakin baik kemampuan mereka dalam mengelola operasional bisnis dan menghadapi tantangan pasar.

Selain orientasi kewirausahaan, kompetensi juga menjadi faktor yang berperan penting dalam meningkatkan kinerja UMKM. Kompetensi mencerminkan kemampuan individu yang meliputi pengetahuan, keterampilan, pengalaman, dan sikap dalam menjalankan aktivitas usaha (Spencer & Spencer, 1993). Penelitian terbaru yang dilakukan oleh Wibowo et al. (2023), Sari dan Nugroho (2024), serta Putra et al. (2025) menemukan bahwa kompetensi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kinerja UMKM. Semakin tinggi kompetensi yang dimiliki pelaku usaha, maka semakin baik kemampuan mereka dalam mengelola operasional bisnis dan menghadapi tantangan pasar.

Faktor lain yang turut memengaruhi kinerja UMKM adalah pengetahuan pemasaran. Pengetahuan pemasaran merupakan kemampuan pelaku usaha dalam memahami kebutuhan konsumen, menganalisis pasar, menentukan strategi pemasaran, serta memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran (Kotler et al., 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Yousaf et al. (2022), Ahmed et al. (2023), dan Pratama et al. (2024) menunjukkan bahwa pengetahuan pemasaran berkontribusi terhadap peningkatan daya saing dan kinerja UMKM melalui kemampuan pelaku usaha dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan. Penelitian

Haryono et al. (2023), Nuryakin et al. (2023), dan Yasa et al. (2024) juga menunjukkan bahwa pengetahuan pemasaran yang baik mampu meningkatkan kemampuan usaha dalam memahami kebutuhan pelanggan, mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, dan memperkuat kinerja bisnis secara berkelanjutan.

Meskipun demikian, hasil penelitian mengenai hubungan orientasi kewirausahaan, kompetensi, dan pengetahuan pemasaran terhadap kinerja UMKM masih menunjukkan inkonsistensi. Beberapa penelitian menemukan pengaruh positif dan signifikan, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan pengaruh yang lemah atau tidak signifikan. Penelitian Trihudiyatmanto dan Purwanto (2021) menemukan bahwa pengetahuan pemasaran belum tentu mampu meningkatkan kinerja UMKM apabila tidak didukung oleh kemampuan usaha yang memadai. Demikian pula penelitian Mawu et al. (2021) menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan tidak secara langsung memengaruhi kapabilitas usaha.

Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (research gap) yang perlu dikaji lebih lanjut. Salah satu variabel yang diduga mampu menjelaskan hubungan tersebut adalah kapabilitas. Kapabilitas mencerminkan kemampuan usaha dalam memanfaatkan sumber daya, mengembangkan kompetensi, serta mengimplementasikan strategi yang efektif untuk mencapai tujuan bisnis. Penelitian terbaru yang dilakukan oleh Wang et al. (2022), Ferreira et al. (2023), dan Khan et al. (2024) menunjukkan bahwa kapabilitas memiliki peran penting sebagai mekanisme yang menghubungkan sumber daya internal dengan peningkatan kinerja organisasi.

Berdasarkan fenomena perkembangan industri kopi lokal di Kabupaten Tabanan, pentingnya orientasi kewirausahaan, kompetensi, dan pengetahuan pemasaran dalam meningkatkan daya saing UMKM, serta adanya research gap pada penelitian sebelumnya, maka perlu dilakukan penelitian mengenai **"Peran Kapabilitas dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kompetensi, dan Pengetahuan Pemasaran terhadap Kinerja UMKM Kopi Lokal di Kabupaten Tabanan."**

METODE PENELITIAN

Waktu dan tempat

Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu mulai bulan April hingga Juni 2026. Lokasi penelitian berada di Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive dengan pertimbangan bahwa Kabupaten Tabanan merupakan salah satu sentra produksi kopi di Bali yang memiliki potensi pengembangan UMKM kopi lokal.

Materi penelitian

Materi penelitian yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari pelaku UMKM kopi lokal di Kabupaten Tabanan melalui penyebaran kuesioner yang memuat pernyataan terkait orientasi kewirausahaan, kompetensi, pengetahuan pemasaran, kapabilitas, dan kinerja UMKM. Data sekunder diperoleh dari publikasi ilmiah, laporan pemerintah, serta dokumen lain yang relevan dengan penelitian.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM kopi lokal yang berada di Kabupaten Tabanan. Berdasarkan data Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Tabanan Tahun 2025, jumlah UMKM kopi lokal yang aktif beroperasi sebanyak 110 unit usaha. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria: (1) pelaku UMKM kopi lokal yang beroperasi di Kabupaten Tabanan, (2) telah menjalankan usaha minimal satu tahun, (3) aktif melakukan kegiatan produksi dan pemasaran produk kopi, serta (4) bersedia menjadi responden penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh sampel sebanyak 52 UMKM kopi lokal yang memenuhi persyaratan untuk dijadikan responden penelitian.

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori (explanatory research). Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan, kompetensi, dan pengetahuan pemasaran terhadap kinerja UMKM serta menguji peran kapabilitas sebagai variabel mediasi.

Parameter Penelitian

Parameter yang diamati dalam penelitian ini meliputi orientasi kewirausahaan, kompetensi, pengetahuan pemasaran, kapabilitas, dan kinerja UMKM. Orientasi kewirausahaan diukur berdasarkan indikator inovatif, proaktif, dan keberanian mengambil risiko. Kompetensi diukur melalui pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola bisnis. Pengetahuan pemasaran diukur melalui pemahaman pasar, pelanggan, pesaing, serta strategi pemasaran. Kapabilitas diukur melalui kemampuan mengelola sumber daya, kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan usaha, dan kemampuan mengembangkan usaha. Kinerja UMKM diukur melalui pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba, peningkatan jumlah pelanggan, dan perkembangan usaha selama periode tertentu.

Teknik Pengumpulan Data

Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM kopi lokal di Kabupaten Tabanan. Pengukuran variabel menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan skor 5 (sangat setuju). Data sekunder diperoleh dari laporan instansi pemerintah, publikasi ilmiah, serta dokumen pendukung lainnya yang relevan dengan penelitian.

Analisis Data

Data penelitian dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Analisis dilakukan melalui pengujian model pengukuran (outer model) yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, serta pengujian model struktural (inner model) untuk mengetahui hubungan antarvariabel. Pengujian pengaruh mediasi dilakukan menggunakan metode bootstrapping untuk mengetahui signifikansi pengaruh tidak langsung orientasi kewirausahaan, kompetensi, dan pengetahuan pemasaran terhadap kinerja UMKM melalui kapabilitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian Path Analysis

Analisis hubungan antar variabel dalam penelitian ini dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS). Pengujian dilakukan untuk mengetahui pengaruh langsung orientasi kewirausahaan, kompetensi, dan pengetahuan pemasaran terhadap kapabilitas dan kinerja UMKM kopi lokal di Kabupaten Tabanan. Hasil pengujian koefisien jalur (*path coefficient*) dan nilai t-statistic disajikan pada Tabel 1 dibawah :

Tabel 1. Hasil Pengujian Path Analysis

No	Hubungan antar Variabel	Koefisien Jalur (*Bootstrapping*)	*T-Statistic*
1	Orientasi Kewirausahaan (X_1) → Kapabilitas (Y)	0,049	1,986
2	Kompetensi (X_2) → Kapabilitas (Y)	0,880	7,264
3	Pengetahuan Pemasaran (X_3) → Kapabilitas (Y)	0,064	1,985
4	Orientasi Kewirausahaan (X_1) → Kinerja UMKM (Z)	0,203	4,298
5	Kompetensi (X_2) → Kinerja UMKM (Z)	0,147	1,989
6	Pengetahuan Pemasaran (X_3) → Kinerja UMKM (Z)	0,487	8,489
7	Kapabilitas (Y) → Kinerja UMKM (Z)	0,183	2,337

Sumber : Data penelitian, 2026.

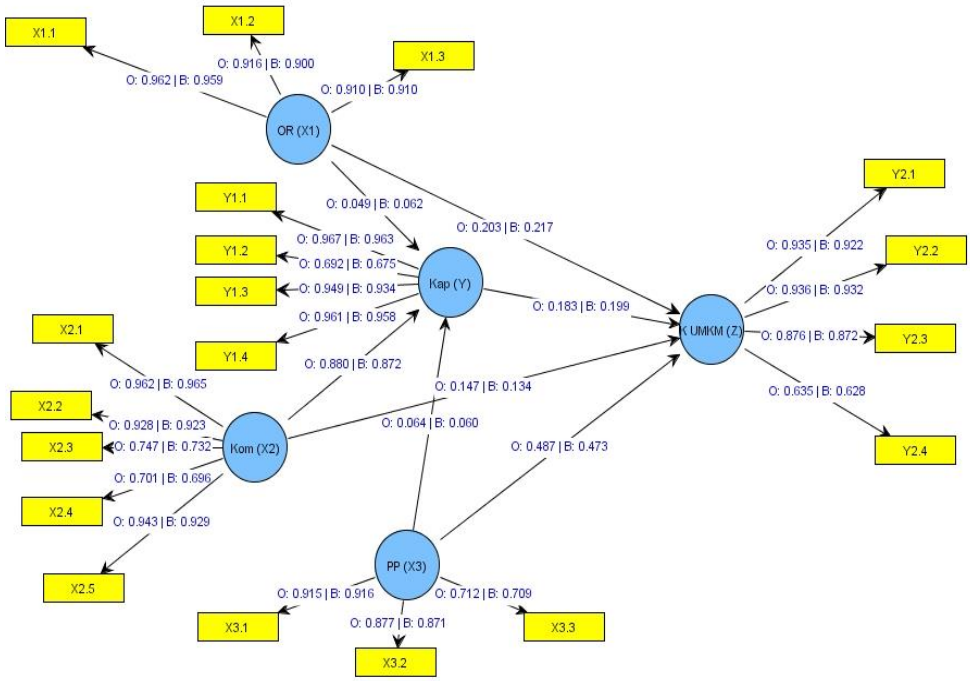
Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa seluruh hubungan antar variabel memiliki nilai t-statistic lebih besar dari 1,96 sehingga seluruh hipotesis penelitian diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan, kompetensi, dan pengetahuan pemasaran memiliki peran penting dalam meningkatkan kapabilitas dan kinerja UMKM kopi lokal di Kabupaten Tabanan. Selain itu, kapabilitas juga terbukti memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kinerja UMKM.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas (Y), yang ditunjukkan oleh koefisien jalur sebesar 0,049 dengan nilai t-statistic sebesar 1,986. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi orientasi kewirausahaan yang dimiliki pelaku UMKM, maka semakin baik kapabilitas usaha yang dimiliki. Kompetensi (X2) juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas (Y) dengan koefisien jalur sebesar 0,880 dan nilai t-statistic sebesar 7,264. Hasil ini menunjukkan bahwa kompetensi merupakan faktor yang sangat penting dalam meningkatkan kapabilitas UMKM. Selain itu, pengetahuan pemasaran (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas (Y), dengan koefisien jalur sebesar 0,064 dan nilai t-statistic sebesar 1,985. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan pengetahuan pemasaran akan mendorong peningkatan kapabilitas usaha.

Hasil pengujian selanjutnya menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Z), dengan koefisien jalur sebesar 0,203 dan nilai t-statistic sebesar 4,298. Kompetensi (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Z), yang ditunjukkan oleh koefisien jalur sebesar 0,147 dan nilai t-statistic sebesar 1,989. Demikian pula, pengetahuan pemasaran (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Z), dengan koefisien jalur sebesar 0,487 dan nilai t-statistic sebesar 8,489. Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan pemasaran merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kinerja UMKM dibandingkan variabel independen lainnya.

Selain pengaruh langsung dari variabel independen, kapabilitas (Y) juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Z). Hasil ini ditunjukkan oleh koefisien jalur sebesar 0,183 dengan nilai t-statistic sebesar 2,337. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi kapabilitas yang dimiliki UMKM kopi lokal di Kabupaten Tabanan, maka semakin baik pula kinerja usaha yang dapat dicapai.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat disajikan gambar model penelitian sesuai dengan analisis PLS sebagai berikut :



Gambar 1
Full Model (*PLS Bootstrapping*)

Hasil Pengujian Variabel Mediasi

Pengujian mediasi dilakukan untuk mengetahui peran kapabilitas dalam memediasi hubungan antara orientasi kewirausahaan, kompetensi, dan pengetahuan pemasaran terhadap kinerja UMKM. Hasil pengujian mediasi disajikan pada Tabel 2 dibawah:

Tabel 2. Hasil Pengujian Variabel Mediasi

No	Mediasi Variabel Kapabilitas (Y)	Efek				Keterangan
		(a)	(b)	(c)	(d)	
1	Orientasi Kewirausahaan (X_1) → Kinerja UMKM (Z)	0.049 (Sig.)	0.213 (Sig.)	0.203 (Sig.)	0.183 (Sig.)	*Partial Mediation*
2	Kompetensi (X_2) → Kinerja UMKM (Z)	0.880 (Sig.)	0.313 (Sig.)	0.147 (Sig.)	0.183 (Sig.)	*Partial Mediation*
3	Pengetahuan Pemasaran (X_3) → Kinerja UMKM (Z)	0.064 (Sig.)	0.494 (Sig.)	0.487 (Sig.)	0.183 (Sig.)	*Partial Mediation*

Keterangan: Signifikan (Sig.) = T-*statistic* > 1.96 pada α : 5%

Sumber : Data penelitian, 2026.

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa seluruh pengaruh tidak langsung memiliki nilai t-statistic lebih besar dari 1,96 sehingga kapabilitas terbukti mampu memediasi hubungan orientasi kewirausahaan, kompetensi, dan pengetahuan pemasaran terhadap kinerja UMKM. Bentuk mediasi yang terjadi adalah mediasi parsial (*partial mediation*), yang menunjukkan bahwa variabel independen tidak hanya memengaruhi kinerja UMKM secara langsung, tetapi juga melalui peningkatan kapabilitas usaha.

Secara rinci, orientasi kewirausahaan (X1) berpengaruh terhadap kinerja UMKM (Z) melalui kapabilitas (Y), yang ditunjukkan oleh koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,213 dengan nilai *t-statistic* sebesar 4,129 (>1,96). Hasil ini mengindikasikan bahwa peningkatan orientasi kewirausahaan mampu meningkatkan kapabilitas usaha yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja UMKM. Selanjutnya, kompetensi (X2) juga terbukti berpengaruh terhadap kinerja UMKM melalui kapabilitas, dengan koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,313 dan nilai *t-statistic* sebesar 6,917 (>1,96). Temuan ini menunjukkan bahwa kompetensi yang dimiliki pelaku usaha dapat memperkuat kapabilitas usaha sehingga mendorong peningkatan kinerja UMKM. Selain itu, pengetahuan pemasaran (X3) berpengaruh terhadap kinerja UMKM melalui kapabilitas dengan koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,494 dan nilai *t-statistic* sebesar 9,436 (>1,96). Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi pengetahuan pemasaran yang dimiliki pelaku usaha, semakin baik kapabilitas usaha yang terbentuk sehingga mampu meningkatkan kinerja UMKM. Dengan demikian, kapabilitas memiliki peran strategis dalam menjembatani pengaruh orientasi kewirausahaan, kompetensi, dan pengetahuan pemasaran terhadap kinerja UMKM. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kinerja UMKM tidak hanya ditentukan oleh faktor-faktor tersebut secara langsung, tetapi juga melalui penguatan kapabilitas usaha sebagai mekanisme yang mendukung terciptanya keunggulan dan keberhasilan usaha secara berkelanjutan.

Pembahasan

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kapabilitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas dengan koefisien jalur sebesar 0,049 dan nilai t-statistic sebesar 1,986. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi orientasi kewirausahaan yang dimiliki pelaku UMKM kopi lokal, maka semakin baik pula kapabilitas usaha yang dimiliki. Orientasi kewirausahaan mencerminkan kemampuan pelaku usaha untuk bersikap inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Pelaku UMKM yang memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi cenderung lebih mampu mengidentifikasi peluang pasar, mengembangkan produk baru, serta merespons perubahan kebutuhan konsumen dengan cepat. Kondisi tersebut pada akhirnya akan meningkatkan kemampuan usaha dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. Temuan ini sejalan dengan teori *Dynamic Capability* yang menyatakan bahwa kemampuan organisasi dalam menciptakan dan mengembangkan kapabilitas sangat dipengaruhi oleh kemampuan wirausaha dalam melihat peluang dan mengelola perubahan lingkungan bisnis.

Pengaruh Kompetensi terhadap Kapabilitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas dengan koefisien jalur sebesar 0,880 dan nilai t-statistic sebesar 7,264. Nilai koefisien tersebut merupakan yang terbesar dibandingkan hubungan lainnya sehingga kompetensi menjadi faktor yang paling dominan dalam meningkatkan kapabilitas UMKM kopi lokal. Kompetensi mencakup pengetahuan, keterampilan, pengalaman, dan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola kegiatan bisnis. Pelaku UMKM yang memiliki kompetensi tinggi akan lebih mudah mengelola proses produksi, pemasaran, keuangan, serta pengembangan usaha sehingga mampu meningkatkan kapabilitas organisasinya. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas sumber daya manusia merupakan faktor utama dalam memperkuat kemampuan usaha untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan industri kopi yang semakin kompetitif.

Pengaruh Pengetahuan Pemasaran terhadap Kapabilitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas dengan koefisien jalur sebesar 0,064 dan nilai t-statistic sebesar 1,985.

Pengetahuan pemasaran yang baik memungkinkan pelaku UMKM memahami perilaku konsumen, tren pasar, strategi promosi, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk. Kemampuan tersebut membantu UMKM dalam mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif sehingga kapabilitas usaha dapat meningkat. Pada UMKM kopi lokal di Kabupaten Tabanan, pemanfaatan media sosial, pemasaran digital, dan pengembangan merek produk menjadi bagian penting dalam meningkatkan kemampuan usaha untuk bersaing di pasar yang semakin luas.

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan koefisien jalur sebesar 0,203 dan nilai t-statistic sebesar 4,298.

Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang lebih inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko cenderung memiliki kinerja usaha yang lebih baik. Orientasi kewirausahaan membantu pelaku usaha dalam menciptakan produk yang berbeda, mengembangkan pasar baru, serta meningkatkan daya saing usaha. Dalam konteks UMKM kopi lokal, kemampuan menciptakan inovasi produk dan memanfaatkan peluang pasar menjadi faktor penting dalam meningkatkan penjualan dan pertumbuhan usaha.

Pengaruh Kompetensi terhadap Kinerja UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan koefisien jalur sebesar 0,147 dan nilai t-statistic sebesar 1,989.

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kompetensi pelaku usaha maka semakin baik pula kinerja usaha yang dihasilkan. Kompetensi yang baik membantu pelaku UMKM dalam mengelola sumber daya secara efektif, mengambil keputusan yang tepat, serta meningkatkan efisiensi operasional usaha. Pada UMKM kopi lokal, kompetensi sangat diperlukan dalam menjaga kualitas produk, meningkatkan pelayanan pelanggan, serta mengembangkan strategi bisnis yang berkelanjutan.

Pengaruh Pengetahuan Pemasaran terhadap Kinerja UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan koefisien jalur sebesar 0,487 dan nilai t-statistic sebesar 8,489. Nilai tersebut merupakan pengaruh terbesar terhadap kinerja UMKM dibandingkan variabel lainnya. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan memahami pasar dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat menjadi faktor utama yang menentukan keberhasilan UMKM kopi lokal. Pengetahuan pemasaran membantu pelaku usaha meningkatkan jangkauan pasar, memperkuat loyalitas pelanggan, dan meningkatkan volume penjualan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Haryono et al. (2023) dan Yasa et al. (2024) yang menyatakan bahwa pengetahuan pemasaran dan kapabilitas pemasaran merupakan faktor penting yang mampu meningkatkan pertumbuhan penjualan, memperluas pangsa pasar, serta memperkuat daya saing UMKM di era digital.

Pengaruh Kapabilitas terhadap Kinerja UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kapabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan koefisien jalur sebesar 0,183 dan nilai t-statistic sebesar 2,337.

Kapabilitas mencerminkan kemampuan usaha dalam mengelola sumber daya, beradaptasi terhadap perubahan lingkungan, serta mengembangkan strategi bisnis yang tepat. Semakin tinggi kapabilitas yang dimiliki UMKM, maka semakin besar peluang usaha untuk mencapai pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang. Hasil ini mendukung teori *Resource Based View* (RBV) yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing perusahaan berasal dari kemampuan mengelola sumber daya secara efektif dan berkelanjutan. Hasil penelitian ini juga mendukung temuan Wahyuni et al. (2022), Nuryakin et al. (2023), dan Ratten (2023) yang menjelaskan bahwa kapabilitas organisasi berfungsi sebagai mekanisme yang menghubungkan sumber daya internal dengan pencapaian kinerja usaha yang lebih tinggi.

Peran Kapabilitas sebagai Variabel Mediasi

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kapabilitas mampu memediasi secara parsial pengaruh orientasi kewirausahaan, kompetensi, dan pengetahuan pemasaran terhadap kinerja UMKM.

Nilai pengaruh tidak langsung terbesar diperoleh pada hubungan pengetahuan pemasaran terhadap kinerja UMKM melalui kapabilitas sebesar 0,494, diikuti kompetensi sebesar 0,313, dan orientasi kewirausahaan sebesar 0,213. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kinerja UMKM kopi lokal tidak hanya dipengaruhi secara langsung oleh orientasi kewirausahaan, kompetensi, dan pengetahuan pemasaran, tetapi juga melalui kemampuan usaha dalam mengembangkan kapabilitas organisasi.

Dengan demikian, kapabilitas memiliki peran strategis dalam menjembatani pengaruh orientasi kewirausahaan, kompetensi, dan pengetahuan pemasaran terhadap kinerja UMKM. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kinerja UMKM tidak hanya ditentukan oleh faktor-faktor tersebut secara langsung, tetapi juga melalui penguatan kapabilitas usaha sebagai mekanisme yang mendukung terciptanya keunggulan dan keberhasilan usaha secara berkelanjutan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Abubakar et al. (2023), Dassucik et al. (2024), Rois et al. (2025), Susanto et al. (2023), dan Yuliana et al. (2024) yang menunjukkan bahwa kapabilitas pemasaran maupun kapabilitas organisasi berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara orientasi kewirausahaan, kompetensi, pengetahuan pemasaran, dan kinerja UMKM.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan, kompetensi, dan pengetahuan pemasaran memberikan pengaruh yang berbeda terhadap kapabilitas dan kinerja UMKM kopi lokal di Kabupaten Tabanan. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas maupun kinerja UMKM, yang menunjukkan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam berinovasi, mengambil risiko, dan bersikap proaktif mampu meningkatkan kemampuan usaha sekaligus mendorong peningkatan kinerja bisnis. Kompetensi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas dan kinerja UMKM, sehingga semakin tinggi pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang dimiliki pelaku usaha maka semakin baik kemampuan usaha dalam mengelola sumber daya dan mencapai tujuan bisnis.

Pengetahuan pemasaran terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas serta kinerja UMKM. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam memahami kebutuhan konsumen, menentukan strategi pemasaran, dan memanfaatkan informasi pasar dapat meningkatkan daya saing serta keberhasilan usaha. Selain itu, kapabilitas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, yang mengindikasikan bahwa kemampuan usaha dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya secara efektif merupakan faktor penting dalam meningkatkan kinerja bisnis.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kapabilitas mampu memediasi secara parsial pengaruh orientasi kewirausahaan, kompetensi, dan pengetahuan pemasaran terhadap kinerja UMKM. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan orientasi kewirausahaan, kompetensi, dan pengetahuan pemasaran tidak hanya berpengaruh secara langsung terhadap kinerja UMKM, tetapi juga melalui peningkatan kapabilitas usaha. Dengan demikian, penguatan kapabilitas menjadi strategi penting dalam meningkatkan kinerja UMKM kopi lokal di Kabupaten Tabanan. Secara keseluruhan, pengetahuan pemasaran merupakan variabel yang memiliki pengaruh terbesar terhadap kinerja UMKM, sedangkan kompetensi merupakan variabel yang memiliki pengaruh terbesar terhadap kapabilitas UMKM.

REFERENSI

Abubakar, H., Naminse, E. Y., Haruna, M. S., & Atarah, B. A. (2023). Entrepreneurial orientation and SME performance: The mediating role of dynamic capabilities. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 30*(4), 721–739.

Ahmed, Z., Khan, M. A., & Rahman, S. (2023). Marketing knowledge and SME performance: The role of customer orientation and market intelligence. *Journal of Entrepreneurship and Business Innovation, 10*(2), 45–58.

Arsawan, I. W. E., Rajiani, I., Supartha, W. G., Suryantini, N. P. S., & Koval, V. (2022). Leveraging knowledge sharing and innovation culture into SMEs sustainable competitive advantage. *International Journal of Productivity and Performance Management, 71*(2), 405–428.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Tabanan. (2025). *Kabupaten Tabanan dalam angka 2025*. BPS Kabupaten Tabanan.

Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (2025). *Provinsi Bali dalam angka 2025*. BPS Provinsi Bali.

Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management, 17*(1), 99–120.

Dassucik, D., Jannah, R., Praja, Y., & Indawati, N. K. (2024). The effect of marketing knowledge competency and entrepreneurial orientation on marketing performance through marketing capability in Tempe SMEs in Situbondo Regency. *Jurnal Ekonomi, 13*(3), 1697–1708.

Ferreira, J., Fernandes, C., & Ratten, V. (2023). Entrepreneurial orientation and firm performance: A systematic literature review. *Journal of Business Research, 150*, 415–432.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.

Haryono, S., Supardi, S., & Udin, U. (2023). The role of marketing knowledge and innovation capability on SME performance. *Problems and Perspectives in Management, 21*(1), 180–192.

Indrayana, I. P. D., Idayanti, I. D. A. A. E., & Kertiriasih, N. N. R. (2025). Elemen penting pendorong kinerja UMKM pada sektor fashion di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, 6*(2), 224–234.

Indrayana, I. P. D., & Sudana, I. P. E. R. (2025). Faktor utama pendorong ketertarikan dalam berwirausaha di kalangan pengusaha Kabupaten Badung. *Journal of Innovative and Creativity, 5*(2), 6161–6171.

Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2025). *Perkembangan data usaha mikro, kecil, dan menengah tahun 2024*. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.

Khan, M. A., Raza, S. A., & Abbas, J. (2024). Dynamic capabilities and business performance: Evidence from small and medium enterprises. *Journal of Business Research, 178*, 114–126.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.

Mahfud, T., Triyono, M. B., Sudira, P., & Mulyani, Y. (2022). The influence of entrepreneurial competence on business performance: Evidence from Indonesian SMEs. *Entrepreneurial Business and Economics Review, 10*(2), 91–108.

Mawu, J. P., Tumbel, T. M., & Ogi, I. W. J. (2021). Entrepreneurial orientation and business capability in improving SME performance. *Jurnal EMBA, 9*(3), 1250–1260.

Nuryakin, N., Wahyuni, S., & Widowati, R. (2023). Market knowledge and business performance: The mediating role of capability in SMEs. *Cogent Business & Management, 10*(1), 1–16.

Pratama, I. G. N. A., Yasa, N. N. K., & Giantari, I. G. A. K. (2024). Marketing knowledge and business performance of SMEs in the digital era. *International Journal of Business and Society, 25*(1), 145–160.

Pratono, A. H., Darmasetiawan, N. K., Yudiarso, A., & Jeong, B. G. (2022). Achieving sustainable competitive advantage through entrepreneurial orientation and market capability. *Sustainability, 14*(3), 1–18.

Putra, I. G. A. A., Indrayana, I. P. D., & Sudana, I. P. E. R. (2025). Entrepreneurial competence and SME performance: Evidence from Bali. *Journal of Innovative and Creativity, 5*(1), 112–123.

Ratten, V. (2023). Entrepreneurship and innovation in SMEs: A capability perspective. *Thunderbird International Business Review, 65*(4), 487–499.

Rois, T., Arraniri, I., Akbar, I., Nurhayani, A., & Pratiwi, E. Y. (2025). The role of marketing capability in the relationship between entrepreneurial orientation and marketing performance: A study of Batik SMEs in Ciayumajikuning. *Airlangga Journal of Innovation Management, 6*(3), 1–18.

Sari, D. P., & Nugroho, A. (2024). Entrepreneurial competence and business performance among Indonesian SMEs. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 26*(1), 35–48.

Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (1993). *Competence at work: Models for superior performance*. John Wiley & Sons.

Susanto, P., Hoque, M. E., Shah, N. U., Candra, A. H., Hashim, N. M. H. N., & Abdullah, N. L. (2023). Entrepreneurial orientation and performance of SMEs: The roles of marketing capabilities and social media usage. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies, 15*(2), 379–403.

Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal, 18*(7), 509–533.

Trihudiyatmanto, M., & Purwanto, H. (2021). Marketing knowledge and SME performance: The moderating role of business capability. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 24*(2), 155–168.

Triatmaja, H. I. G. A. P., Indirawati, D. M., Adi, I. K. Y., & Azhari. (2024). The significance of entrepreneurial orientation on firm performance through innovation capability. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 9*(2), 215–228.

Wahyuni, N. M., Giantari, I. G. A. K., Yasa, N. N. K., & Sukaatmadja, I. P. G. (2022). The role of entrepreneurial orientation and capability in improving SME performance. *International Journal of Data and Network Science, 6*(4), 1345–1354.

Wang, C., Ahmed, P. K., & Rafiq, M. (2022). Dynamic capabilities and firm performance: A review and research agenda. *European Management Journal, 40*(3), 367–381.

Wibowo, A., Setiawan, R., & Nugraha, H. S. (2023). Entrepreneurial competence and SME performance in Indonesia. *International Journal of Economics and Business Administration, 11*(2), 215–229.

Yasa, N. N. K., Giantari, I. G. A. K., Setini, M., Rahmayanti, P. L. D., & Putri, I. G. A. M. A. D. (2024). Marketing capability and SME performance in the digital era. *Uncertain Supply Chain Management, 12*(1), 235–246.

Yousaf, U., Ali, S., & Ahmed, F. (2022). Marketing knowledge and SME performance: Evidence from emerging economies. *Journal of Small Business Management, 60*(4), 789–806.

Yuliana, I., Alpiansah, R., & Pratama, A. A. (2024). Culinary SME performance: Marketing capability, entrepreneurial orientation, competitive advantage and product innovation. *Jurnal Ilmiah Edunomika, 8*(1), 1–15.