

# PENGARUH ENTREPRENEURIAL SUPPORT TERHADAP KINERJA UMKM DI KOTA PASURUAN

Eva Mufidah<sup>1</sup>, Vita Fibriyani<sup>2</sup>  
Universitas Merdeka Pasuruan  
eva.moev@gmail.com<sup>1</sup>, vitafibriyani@gmail.com<sup>2</sup>

Received : Oct 19 <sup>th</sup> 2021	Revised : Nov 17 <sup>th</sup> 2021	Accepted : Jan 2 <sup>th</sup> 2022
--------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------

## *Abstract*

Economic growth in Indonesia cannot be separated from the development of micro-enterprises. One indicator that shows the development of a micro-enterprise is performance. The growth of micro-enterprises in Indonesia, especially in Pasuruan City, is very rapid. This study aims to determine the effect of entrepreneurial support (entrepreneurship training, financial support, entrepreneurial marketing and entrepreneurial networking) on the performance of MSMEs in Pasuruan City. The sampling technique used in this study was purposive sampling with a total sample of 150 SMEs in the food and beverage sector in Pasuruan City. Based on the results of the analysis, it is known that the variables that affect the performance of MSMEs in Pasuruan City are entrepreneurial networking, entrepreneurial training and financial support. The most influential variable is entrepreneurial networking with a regression coefficient of 0.507.

**Keywords :** *entrepreneurial support, entrepreneurship training, financial support, entrepreneurial marketing, entrepreneurial networking, multiple linear regression*

## PENDAHULUAN

UMKM merupakan usaha perekonomian yang diciptakan oleh pemerintah untuk memberikan kreatifitas bagi masyarakat, membuka lapangan pekerjaan dan juga untuk mengentaskan kemiskinan. Pentingnya support dari pemerintah untuk keberhasilan UMKM dilaporkan dalam sejumlah penelitian (Samujh, 2008). Kinerja UMKM sangat bergantung pada dukungan finansial dan non finansial dari pemerintah. Secara umum, sistem pendukung bagi UMKM seperti *Entrepreneurship Training, Financial Support, Entrepreneurial Marketing and Entrepreneurial Networking*.

*Entrepreneurship training* merupakan strategi penting untuk meningkatkan kinerja UMKM dari waktu ke waktu yang menunjukkan bahwa bisnis dan keterampilan kewirausahaan berkorelasi kuat dengan kinerja bisnis (Smith & Perks, 2010). Dengan didukung pendanaan usaha pada pelaku UMKM akan

berdampak positif terhadap keberhasilan kinerja UMKM. Menurut (Robb & Robinson, 2014) menjelaskan bahwa pendanaan akan berdampak besar pada keberhasilan UMKM, karena pinjaman merupakan sumber utama pembiayaan kewirausahaan. Kredit tahap awal dapat memungkinkan UMKM untuk berinvestasi dalam peluang yang menciptakan nilai dan mencapai tujuan usaha.

Selain itu peran *entrepreneurial marketing* juga dibutuhkan dalam keberhasilan UMKM. *Entrepreneurial marketing* lebih memfokuskan untuk menciptakan kebutuhan pasar dibandingkan memenuhi kebutuhan pasar. Pada tingkat strategis, *entrepreneurial marketing* mempraktikkan pendekatan bottom up yaitu mengidentifikasi peluang pasar kemudian mengujinya melalui proses trial and error setelah itu dimulai melayani kebutuhan pelanggan dan memeperluasnya dengan melakukan kontak langsung sehingga diperoleh

informasi sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Hal lain yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerja UMKM yaitu dengan membangun sistem jaringan melalui *entrepreneurial networking*. Jaringan bisnis merupakan jaringan bisnis yang difasilitasi oleh kumpulan pengguna, perguruan tinggi, dan agen pemerintah. Jaringan ini secara rutin memiliki akses terhadap dana pelatihan dan workshop untuk pengembangan usaha.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari *entrepreneurship training, financial*

## TINJAUAN TEORI

### ***Entrepreneurship Training***

Solomon (2004) menjelaskan tentang pelatihan kewirausahaan, menemukan perlunya keterampilan kewirausahaan dan keterampilan bisnis untuk meningkatkan kinerja bisnis. Pelatihan untuk usaha kecil terutama difokuskan secara internal dan menanamkan keterampilan manajemen umum seperti *marketing, finance, human relations, industrial relations and record keeping*.

### ***Financial Support***

Dukungan pemerintah untuk UMKM melalui inisiatif keuangan sangat penting untuk mendorong pengembangan UMKM dan untuk memastikan kesuksesan bisnis masa depan UMKM. Dalam kaitan ini, dukungan bisnis merupakan salah satu cara untuk meningkatkan dan menopang pertumbuhan bisnis (Jones & Parry, 2011). Faktor-faktor yang mempengaruhi *financial support* menurut (Robb and Robinson, 2014) yaitu *GDP growth, job creation, innovation rate, wealth accumulation*.

### ***Entrepreneurial Marketing***

Menurut Stokes (2000) terdapat 4 indikator pada *entrepreneurial marketing* antara lain; (1) Konsep yaitu pemasaran perusahaan yang berfokus pada orientasi inovasi dan keberadaan ide sebagai alat untuk

*support, entrepreneurial marketing, entrepreneurial networking* terhadap kinerja UMKM. UMKM yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah UMKM yang berada di Kota Pasuruan khususnya makanan dan minuman. Adanya UMKM diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap perekonomian masyarakat serta perekonomian daerah. Untuk itu perlu adanya dukungan baik dari para akademisi maupun pemerintahan untuk meningkatkan perekonomian daerah melalui UMKM.

memenuhi kebutuhan pasar, (2) Strategi yaitu pemasaran perusahaan mempraktikkan proses *bottom up* sesuai dengan permintaan klien, (3) Metode yaitu pemasaran perusahaan melakukan pendekatan aktif atau kontak langsung dengan pelanggan, (4) Intelegensi pasar yaitu pemasaran perusahaan dengan menggunakan pendekatan informal seperti pengamatan pribadi.

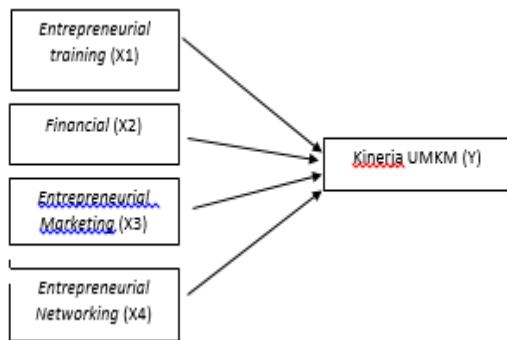
### ***Entrepreneurial Networking***

Premaratne (2002) mengidentifikasi tiga aspek dari *network* dan *networking* yaitu; (1) *determinant* antara lain; sosial, komunikasi, bisnis dan moral, (2) *Link* yaitu jaringan formal dan informal, *voluntary-compulsory*, secara langsung dan tidak langsung, (3) *Objectives* yaitu *networking* dijalankan sesuai dengan tujuan dari bisnis tersebut.

### ***Kinerja***

Dalam Septiani (2013) menyebutkan kinerja adalah tingkat pelaksanaan tugas yang dapat dicapai seseorang dengan menggunakan kemampuan yang ada dan batasan-batasan yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan organisasi. Indikator kinerja menurut wahyuningsih (2017) yaitu; (1) pertumbuhan penjualan, (2) pertumbuhan pelanggan, (3) pertumbuhan keuntungan, (4) pertumbuhan modal kerja.

## Kerangka konseptual



## Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

### Hipotesis 1

H0: Tidak ada pengaruh *entrepreneurial supports* (*entrepreneurship training, financial support, entrepreneurial marketing* dan *entrepreneurial networking*) terhadap kinerja UMKM di Kota Pasuruan

H1: Ada pengaruh *entrepreneurial supports* (*entrepreneurship training, financial support, entrepreneurial marketing* dan *entrepreneurial networking*) terhadap kinerja UMKM di Kota Pasuruan.

### Hipotesis 2

H0: Tidak ada pengaruh *entrepreneurship training* terhadap kinerja UMKM di Kota Pasuruan

H1: Ada pengaruh *entrepreneurship training* terhadap kinerja UMKM di Kota Pasuruan

### Hipotesis 3

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang mana menjelaskan suatu gejala atau fenomena yang diangkakan. Penelitian kuantitatif sejak awal harus terdapat kejelasan mengenai data-data yang dikuantitatifkan sehingga mungkin untuk dilakukan analisis statistika. Populasi penelitian ini meliputi semua pelaku UMKM di Kota Pasuruan yang masih aktif usahanya. Menurut data dari Dinas Koperasi, Perindustrian dan

Maka diperoleh model penelitian sebagai berikut:

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \epsilon$$

Keterangan :

Y : Kinerja UMKM

X1 : *Entrepreneurial Training*

X2 : *Financial Support*

X3 : *Entrepreneurial Marketing*

X4 : *Entrepreneurial Networking*

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  dan  $\beta_4$ : loading

H0: Tidak ada pengaruh *financial support* terhadap kinerja UMKM di Kota Pasuruan

H1: Ada pengaruh *financial support* terhadap kinerja UMKM di Kota Pasuruan

### Hipotesis 4

H0: Tidak ada pengaruh *entrepreneurial marketing* terhadap kinerja UMKM di Kota Pasuruan

H1: Ada pengaruh *entrepreneurial marketing* terhadap kinerja UMKM di Kota Pasuruan

### Hipotesis 5

H0: Tidak ada pengaruh *entrepreneurial networking* terhadap kinerja UMKM di Kota Pasuruan

H1: Ada pengaruh *entrepreneurial networking* terhadap kinerja UMKM di Kota Pasuruan

Perdagangan di Kota Pasuruan, jumlah UMKM sebanyak 1000 unit. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Dari 1000 unit UMKM akan diambil 15% atau 150 unit sebagai sampel. Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum dilakukan pengambilan data dengan menggunakan kuesioner, dilakukan pengujian kuesioner meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan koefisien korelasi Pearson, dimana setiap indikator/item pernyataan dinyatakan valid jika mempunyai nilai signifikansi lebih

kecil dari taraf nyata 5%. Untuk pengujian reliabilitas dengan menggunakan nilai *Alpha Cronbach*, dimana suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika memiliki nilai Alpha Cronbach lebih besar dari 0.6 (Arikunto, 2010). Berikut hasil pengujian validitas disajikan dalam Tabel 1, 2 dan 3.

Tabel 1. Hasil Pengujian Validitas Variabel *Enterpreneurial Training* (X1)

Indikator	Koefisien Korelasi (r)	Nilai Signifikansi	Keterangan
a. Marketing	0.763	0.000	Valid
b. Finance	0.623	0.000	Valid
c. Human relations	0.644	0.000	Valid
d. Industrial relations	0.669	0.000	Valid
e. Record Keeping	0.747	0.000	Valid

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas Variabel *Financial* (X2)

Indikator	Koefisien Korelasi (r)	Nilai Signifikansi	Keterangan
a. GDP Growth	0.936	0.000	Valid
b. Job Creation	0.880	0.000	Valid
c. Innovation rate	0.903	0.000	Valid
d. Wealth Accumulation	0.858	0.000	Valid

Tabel 3. Hasil Pengujian Validitas Variabel *Marketing* (X3)

Indikator	Koefisien Korelasi (r)	Nilai Signifikansi	Keterangan
a. Konsep	0.753	0.000	Valid
b. Strategi	0.848	0.000	Valid
c. Metode	0.883	0.000	Valid
d. Intelegensi Pasar	0.838	0.000	Valid

Tabel 4. Hasil Pengujian Validitas Variabel *Enterpreneurial Networking* (X4)

Indikator	Koefisien Korelasi (r)	Nilai Signifikansi	Keterangan
a. Determinant	0.867	0.000	Valid
b. Link	0.758	0.000	Valid
c. Objektif	0.908	0.000	Valid

Tabel 5. Hasil Pengujian Validitas Variabel Kinerja UMKM (Y)

Indikator	Koefisien Korelasi (r)	Nilai Signifikansi	Keterangan
a. Pertumbuhan Penjualan	0.816	0.000	Valid
b. Pertumbuhan Pelanggan	0.813	0.000	Valid
c. Pertumbuhan Keuntungan	0.889	0.000	Valid
d. Pertumbuhan Modal Kerja	0.865	0.000	Valid

Berdasarkan Tabel 1 sampai 5 menunjukkan bahwa item pernyataan yang digunakan untuk mengukur masing – masing variabel independen meliputi *entrepreneurial training*, *financial*, *marketing* dan *entrepreneurial networking* serta variabel dependen yaitu kinerja UMKM makanan dan minuman di Kota

Pasuruan dinyatakan valid. Hal ini dilihat berdasarkan nilai signifikansi yang lebih besar dari taraf nyata 5%. Pada tabel 6 juga diketahui bahwa variabel dalam penelitian ini dikatakan reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Alpha Cronbach's* untuk masing – masing subvariabel maupun variabel lebih besar dari 0.6.

Tabel 6. Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Nilai Alpha Cronbach's	Keterangan
<i>Enterpreneurial Training (X1)</i>	0.700	Reliabel
<i>Financial (X2)</i>	0.909	Reliabel
<i>Marketing (X3)</i>	0.832	Reliabel
<i>Enterpreneurial Networking (X4)</i>	0.789	Reliabel
Kinerja UMKM (Y)	0.868	Reliabel

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, apakah terdapat pengaruh variabel independen yang meliputi *enterpreneurial training*, *financial*, *marketing* dan *entrepreneurial networking* terhadap kinerja UMKM di Kota Pasuruan

perlu dilakukan pengujian apakah variabel – varibel tersebut saling berhubungan, untuk itu dilakukan analisis hubungan antar variabel dengan menggunakan analisis korelasi *Pearson*. Berikut hasil pengujian analisis korelasi *Pearson*.

Tabel 7. Hasil Pengujian Analisis Korelasi Antar Variabel Independen dengan Variabel Dependen

Hubungan Antar Variabel	Nilai Statistik Uji R	Nilai Signifikansi	Keterangan
<i>Enterpreneurial Training (X1)</i> – Kinerja UMKM (Y)	0.458	0.000	
<i>Financial (X2)</i> – Kinerja UMKM (Y)	0.499	0.000	Berkorelasi
<i>Marketing (X3)</i> – Kinerja UMKM (Y)	0.367	0.000	Positif
<i>Enterpreneurial Networking (X4)</i> – Kinerja UMKM (Y)	0.528	0.000	

Pada Tabel 7 korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen masing-masing memperoleh nilai R hitung lebih besar dari nilai tabel R yaitu 0.197 serta nilai signifikansi lebih kecil dari taraf nyata 5%. Setiap hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam penelitian ini menghasilkan koefisien korelasi positif, artinya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam penelitian ini adalah hubungan positif atau searah.

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, dalam analisis regresi linier beganda dilakukan pengujian asumsi, salah satunya adalah asumsi multikolinearitas. Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi

ditemukan adanya korelasi antarvariabel independen. Model regresi yang baik adalah model regresi dimana tidak terjadi korelasi antarvariabel independen (Jeshim dan Kuc, 2002). Variabel independen sebanyak 4 dianalisis kolinearitasnya dengan menggunakan dua kriteria, yaitu *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Suatu variabel dikatakan bebas multikolinearitas jika nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0.10. Hasil pengujian multikolinearitas disajikan pada Tabel 8, tampak bahwa tidak terjadi kolinearitas antarvariabel independen yang terlibat dalam penelitian. Hal ini dibuktikan dengan nilai VIF dan nilai *tolerance* dari setiap variabel independen lebih kecil dari 10 dan lebih besar dari 0.10.

Tabel 8. Hasil Pengujian Multikolinearitas

Variabel Independen	Nilai VIF	Nilai Tolerance	Keterangan
<i>Enterpreneurial Training (X1)</i>	1.384	0.722	Tidak Terjadi
<i>Financial (X2)</i>	1.532	0.653	Kolinearitas
<i>Marketing (X3)</i>	1.375	0.727	antarvariabel
<i>Enterpreneurial Networking (X4)</i>	1.205	0.830	Independen

### Analisis Regresi Linier Univariabel

Regresi univariable dilakukan untuk memastikan apakah variabel

independen yang dlibatkan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan Tabel 9 diketahui bahwa variabel independen yang dlibatkan dalam penelitian ini, meliputi *entrepreneurial training*, *financial*, *marketing* dan

*entrepreneurial networking* mempunyai pengaruh terhadap kinerja UMKM di Kota Pasuruan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi dari masing – masing variabel independen kurang dari taraf nyata 5%.

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Univariabel

Variabel Independen	Nilai Signifikansi	Keterangan
<i>Entrepreneurial Training (X1)</i>	0.000	Signifikan
<i>Financial (X2)</i>	0.000	Signifikan
<i>Marketing (X3)</i>	0.000	Signifikan
<i>Entrepreneurial Networking (X4)</i>	0.000	Signifikan
Variabel Dependen : Kinerja UMKM (Y)		

### Analisis Regresi Linier Multivariabel dengan Metode Stepwise

Pemilihan variabel independen yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM Kota Pasuruan melibatkan serangkaian proses dengan kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, kriteria yang digunakan dalam menentukan

model terbaik adalah menggunakan nilai R-Square. Berikut hasil pemodelan regresi dengan menggunakan metode stepwise, yaitu variabel yang paling berpengaruh berpengaruh dimasukkan ke dalam model terlebih dahulu. Berikut detail pemodelan regresi linier multivariable dengan menggunakan metode stepwise .

Tabel 6. Koefisien Determinasi Model Regresi yang Terbentuk

Model	R	R Square	Variabel Independen yang terlibat
1	0.528	0.279	<i>Entrepreneurial Networking</i>
2	0.668	0.446	<i>Entrepreneurial Networking, Entrepreneurial Training</i>
3	0.686	0.471	<i>Entrepreneurial Networking, Entrepreneurial Training, Financial</i>

Model pertama menjelaskan bahwa kinerja UMKM Kota Pasuruan dipengaruhi oleh *entrepreneurial networking* dengan nilai koefisien determinasi sebesar 27.9%. Kemudian, proses pemilihan model terbaik dengan memilih variabel yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM Kota Pasuruan, dalam model kedua diketahui bahwa kinerja umkm dijelaskan oleh *entrepreneurial networking*

dan *entrepreneurial training* dengan nilai R-Square sebesar 44.6%. Untuk model regresi berikutnya dengan 3 variabel independen yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM, yaitu *entrepreneurial networking*, *entrepreneurial training* dan *financial* dengan koefisien determinasi sebesar 47.1%.

Tabel 7. Pengujian Simultan dengan Uji F dari Model Regresi yang Terbentuk

Model		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.	Keterangan
1	Regression	253.952	1	253.952	57.215	0.000	Signifikan
	Residual	656.908	148	4.439			
	Total	910.860	149				
2	Regression	406.516	2	203.258	59.243	0.000	Signifikan
	Residual	504.344	147	3.431			
	Total	910.860	149				
3	Regression	429.058	3	143.019	43.339	0.000	Signifikan

Residual	481.802	146	3.300
Total	910.860	149	

Pengujian model regresi yang terbentuk secara simultan ditunjukkan pada Tabel 7, tampak bahwa ketiga model regresi yang terbentuk mempunyai pengaruh terhadap

kinerja umkm. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi yang diperoleh setiap model lebih kecil dari taraf nyata 5%.

Tabel 8. Pengujian Parsial dengan Uji t dari Model Regresi yang Terbentuk

Model	Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan
		B	Std Error	Beta			
1	Constant	8.896	0.989		8.998	0.000	Signifikan
	<i>Entrepreneurial Networking</i>	0.637	0.084	0.528	7.564	0.000	Signifikan
2	Constant	2.422	1.303		1.859	0.065	Signifikan
	<i>Entrepreneurial Networking</i>	0.590	0.074	0.489	7.924	0.000	Signifikan
	<i>Entrepreneurial Training</i>	0.354	0.053	0.411	6.668	0.000	Signifikan
3	Constant	1.442	1.332		1.083	0.281	Signifikan
	<i>Entrepreneurial Networking</i>	0.507	0.080	0.420	6.374	0.000	Signifikan
	<i>Entrepreneurial Training</i>	0.291	0.057	0.338	5.073	0.000	Signifikan
	<i>Financial</i>	0.194	0.074	0.189	2.614	0.000	Signifikan

Berdasarkan hasil pengujian parsial dengan menggunakan uji t, diketahui bahwa pada model regresi pertama diperoleh variabel independen, yaitu *entrepreneurial networking* yang berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM Kota Pasuruan dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 dan koefisien regresi sebesar 0.637. Pada model regresi yang kedua, diketahui variabel independen yang mempengaruhi kinerja UMKM Kota Pasuruan adalah *entrepreneurial networking* dan *entrepreneurial training*. *Entrepreneurial networking* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM Kota Pasuruan dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 dan koefisien regresi sebesar 0.590, sedangkan *entrepreneurial training* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM Kota Pasuruan dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 dan koefisien regresi 0.354. Model regresi terbaik dengan 3 variabel independen yaitu *entrepreneurial networking*, *entrepreneurial training* dan *financial*. Variabel independen yang paling dominan adalah *entrepreneurial networking* dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 dan

koefisien regresi sebesar 0.507, kemudian *entrepreneurial training* dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 dan koefisien regresi sebesar 0.291. Selain itu, kinerja UMKM Kota Pasuruan dipengaruhi oleh *financial* dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 dan koefisien regresi sebesar 0.194.

Kinerja UMKM di Kota Pasuruan dipengaruhi oleh *entrepreneurial networking*, *entrepreneurial training* dan *financial*. Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa *entrepreneurial networking* memiliki pengaruh paling besar terhadap kinerja UMKM di Kota Pasuruan. Semakin baik *networking* suatu UMKM maka semakin baik pula kinerja UMKM. Hasil ini sejalan dengan penelitian Wahyuningsih (2017) yang menyatakan bahwa *entrepreneurial networking* memberikan pengaruh terhadap kinerja UMKM. Selain itu, kinerja UMKM juga dipengaruhi oleh *entrepreneurial training* dan *financial*. Variabel yang memberikan pengaruh paling besar terhadap kinerja UMKM di Kota Pasuruan adalah *entrepreneurial networking*.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. *Enterpreneurial networking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM Kota Pasuruan.
2. *Enterpreneurial training* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM Kota Pasuruan.
3. *Financial* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM Kota Pasuruan.
4. Faktor yang berpengaruh dominan terhadap kinerja umkm Kota Pasuruan adalah *entrepreneurial networking*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Becherer, R.C., Haynes, P & Helms, M.M, 2008, *An Exploratory Investigation of Entrepreneurial Marketing in SMEs: The Influence of the Owner/Operator*, *Journal of business and Entrepreneurship*, Vol.20, No. 2, Oktober 2008.
- E.E. Smith & S. Perks. (2010). *A perceptual study of the impact of green practice implementation on the business functions*. *Mercatus Policy Series: Country Brief No.3*. Arlington, VA: Mercatus Center-George Mason University.
- Hacioglu, Gungor., 2012, *The Effect of Entrepreneurial Marketing on Firms' Innovative Performance in Turkish SMEs*, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 58, pp. 871 – 878.
- Hadiyati, (2012). *Kajian Pendekatan Pemasaran Kewirausahaan dan Kinerja Penjualan Usaha Kecil*, *Jurnal Manajemen Gajayana*.
- Ismawanti, E. (2008). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran dengan Faktor Lingkungan Sebagai Peubah Moderat*. [Thesis]. Semarang: Program Studi Magister

## Saran

Berdasarkan beberapa hal yang telah disimpulkan dapat disampaikan beberapa saran baik bagi pemerintah, pelaku usaha maupun untuk keberlanjutan penelitian.

1. Kepada para pelaku usaha mikro kecil dan menengah untuk selalu meningkatkan hubungan baik dalam jejaring kewirausahaan yang dibangun.
2. Kepada para pelaku usaha mikro kecil dan menengah untuk selalu berinovasi guna meningkatkan pertumbuhan usaha yang telah dirintisnya.

Manajemen, Sekolah Pascasarjana Universitas Diponegoro.

- Isnaeni. (2009). *“Pengaruh Perilaku Kewirausahaan, Segmentasi Pasar dan Modal Usaha Terhadap Laba Usaha Industri Kerajinan Meubel Di Sambi Boyolali”*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Jeeshim and Kucc. (2002). *Multicollinearity in Regression Model*. Diakses online pada <http://php.indiana.edu/~kucc625> 1 *Multicollinearity in Regression Models*.

Jones, R., & Parry, S. (2011). *Business Support for New Technology-based Firms: A Study of Entrepreneurs in North Wales*. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 645 - 662.

Kotler. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesebelas, Jilid I, Penerbit: PT. Indeks Kelompok Media, Jakarta.

Kraus, Sascha., Harms, Rainer & Fink, Matthias. (2010). *Entrepreneurial Marketing: Moving Beyond Marketing In New Ventures*, *International Journal Entrepreneurship and Innovation Management*, Vol 11, No. 1, pp. 19-34.

Moghli, Azzam Abou and Muala, Ayyed. (2012). *“Impact of Entrepreneursjip*



- Networks In The Success of Business Ongoing Stage In Jordanian Manufacturing Companies”. *American Academic & Scholarly Research Journal*. Vol. 4. No. 2. Pp. 76-91.
- Premaratne, S. P. (2002). Entrepreneurial networks and small business development: The case of small enterprises in Sri Lanka. Eindhoven: Technische Universiteit Eindhoven.
- Richard B. Robinson, Jr. (2014). *Manajemen strategi*. Jakarta: Salemba Empat. Books.google.co.id. Maret 2020.
- Septiani at al. (2013). Pengaruh Entrepreneurial Marketing dan Kebijakan Pemerintah terhadap Daya Saing Industri Alas Kaki di Bogor, *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, Volume IV Nomor 2 hal 91-111.
- Solomon, Michael R and Nancy J. Rabolt. (2004). *Consumer Behavior in Fashion*. Pearson Education Inc. London.
- Stokes. (2004). Entrepreneurial Marketing: A Conceptualisation From Qualitative Research. *Qualitative Market Research: An International Journal*, Volume 3, Number 1, pp. 47 – 54.
- Wahyuningsih, Sri Endah. (2017). Membangun Jejaring Kewirausahaan melalui Keunggulan Usaha Konveksi untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *Teknobunga*, Vol. 4 No. 1.