

## **KINERJA USAHA PEDAGANG TANAMAN HIAS DI KECAMATAN DENPASAR TIMUR KOTA DENPASAR**

**Ida Bagus Putu Angga Krismayana<sup>1</sup>, I Gede Setiawan Adi Putra<sup>2</sup>**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana

Jl. P.B. Sudirman, Denpasar, 80232

Corespondensi: anggakrismayana22@gmail.com

### **Abstrak**

*Karakteristik kewirausahaan memiliki peranan penting dalam meningkatkan kinerja usaha khususnya bagi pelaku usaha. Karakteristik tersebut mampu menunjukkan bahwa kewirausahaan merupakan hal yang praktis untuk mengatasi permasalahan yang ada pada bisnis. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh entrepreneurial marketing, entrepreneurial leadership, entrepreneurial self-efficacy, terhadap kinerja usaha melalui kompetensi kewirausahaan pedagang tanaman hias di Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar. Sampel pada penelitian ini diambil dengan menggunakan metode probability sampling yaitu simple random sampling yang berjumlah 68 responden. Data penelitian diperoleh dari hasil survei yaitu wawancara terstruktur dengan menggunakan alat bantu kuesioner dan wawancara mendalam dengan memberikan daftar pertanyaan untuk melengkapi data yang diperoleh dari hasil wawancara terstruktur. Penelitian ini dianalisis menggunakan metode analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial dengan software SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan yang terdiri dari entrepreneurial marketing, entrepreneurial leadership, dan entrepreneurial self-efficacy berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha melalui kompetensi kewirausahaan pada pedagang tanaman hias di Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar. Pedagang diharapkan mampu melanjutkan pengimplementasian dari ketiga karakteristik kewirausahaan tersebut yaitu dengan melakukan pemasaran tanaman hias yang inovatif, mengorganisir jalannya usaha secara terstruktur dan berkelanjutan, hingga meningkatkan pengalaman di bidang tanaman hias melalui kegiatan workshop.*

*Kata Kunci: Entrepreneurial marketing, entrepreneurial leadership, entrepreneurial self-efficacy, kompetensi kewirausahaan, kinerja usaha*

### **Abstract**

*Entrepreneurial characteristics have an important role in improving business performance, especially for business actors. These characteristics are able to show that entrepreneurship is a practical thing to overcome problems that exist in the business. The purpose of this study is to analyze the relationship between entrepreneurial marketing, entrepreneurial leadership, and entrepreneurial self-efficacy, and business performance through the entrepreneurial competence of ornamental plant traders in East Denpasar District, Denpasar City. The sample in this study was taken using the probability sampling method, namely simple random sampling with a total of 68 respondents. The research data was obtained from the results of the survey, namely structured interviews using questionnaire tools and in-depth interviews by providing a list of questions to complement the data obtained from the results of structured interviews. This study was analyzed using descriptive statistical analysis methods and inferential statistics with SmartPLS 4 software. The results of the study show that entrepreneurial characteristics consisting of entrepreneurial marketing, entrepreneurial leadership, and entrepreneurial self-efficacy are significantly related to business performance*

*through entrepreneurial competence in ornamental plant traders in East Denpasar District, Denpasar City. Traders are expected to be able to continue the implementation of these three entrepreneurial characteristics, namely by marketing innovative ornamental plants, organizing business runs in a structured and sustainable manner, and improving experience in the field of ornamental plants through workshop activities.*

*Keywords: Entrepreneurial marketing, entrepreneurial leadership, entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial competence, business performance*

## **PENDAHULUAN**

Usaha dalam bidang agribisnis merupakan salah satu jenis usaha yang potensial untuk dikembangkan di Indonesia, termasuk usaha tanaman hias (florikultura) yang mempunyai posisi penting dalam sektor ekonomi pada abad 20 (Abidin dkk., 2022). Beberapa contoh tanaman hias dalam pot yang paling digemari oleh masyarakat di Indonesia yaitu tanaman hias bunga Krisan/*Chrysantemum* dengan produksi sebanyak 464.604.008, tanaman hias bunga *Mawar/Rose* dengan produksi sebanyak 204.630.736, dan tanaman hias bunga Sedap Malam/*Tuberose* dengan produksi sebanyak 103.151.695 pada tahun 2023 (BPS, 2023).

Omzet yang diperoleh pada bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tanaman hias yang dimiliki oleh Rudi Hartono yaitu sebesar Rp50.000.000-Rp.60.000.000 juta tiap bulannya (Ibnumalik, 2016). Namun ditengah peluang positif yang terdapat pada bisnis UMKM tanaman hias, hal tersebut tidak luput dari permasalahan-permasalahan yang bisa terjadi pada pemasaran bisnis usaha. Menjalankan bisnis tanaman hias tentu tidak bisa lepas dari yang namanya pemasaran produk. Namun, terkadang masih saja sering terjadi kendala-kendala pada pemasaran tanaman hias tersebut yang membuat pedagang tanaman hias harus segera mencari solusi dari permasalahan yang ada.

Kewirausahaan/ *Entrepreneurial* menjadi solusi dari segala permasalahan yang dialami oleh pelaku bisnis. Dengan kewirausahaan kita dapat menjalankan usaha secara mandiri serta berpotensi besar untuk memperoleh kesejahteraan dalam hidup. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Munawaroh dan Rimiyati (2016) pada penelitiannya yaitu kewirausahaan merupakan proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut bisa berupa ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Adapun beberapa jenis dari kewirausahaan/ *entrepreneurial* yang menjadi karakteristik pada kewirausahaan, salah satunya adalah *entrepreneurial marketing*.

*Entrepreneurial marketing* merupakan pendekatan konsep yang sesuai untuk diimplementasikan pada usaha dalam rangka mempertahankan kinerja usaha dalam kondisi ketidakpastian terutama pada faktor lingkungan eksternal (Pranatasari dan Wadyatenti, 2022). *Entrepreneurial marketing* menjadi salah satu konsep pemasaran yang relevan untuk diterapkan di masa kini. Selain *entrepreneurial marketing*, seorang pelaku usaha khususnya pada bisnis juga memerlukan *entrepreneurial leadership* pada diri mereka. *Entrepreneurial leadership* melibatkan pengorganisasian dan memotivasi sekelompok orang untuk mencapai tujuan bersama melalui inovasi, optimalisasi risiko, memanfaatkan peluang, dan mengelola lingkungan organisasi yang dinamis (Scouts, 2024). *Entrepreneurial leader* mempunyai sikap proaktif, inovatif, dan berani mengambil risiko, yang diharapkan dapat membawa suatu kesuksesan bagi para pelaku usaha (Yusnita dan Wahyudin, 2017). Sifat *entrepreneurial leadership* yang dimiliki tentu akan menjadi pengantar kesuksesan bagi para pelaku usaha yang menerapkan karakteristik kewirausahaan tersebut. Untuk menjadi pemimpin wirausaha yang hebat, diperlukan keyakinan diri yang kuat melalui *entrepreneurial self-efficacy*.

*Entrepreneurial self-efficacy* diperlukan untuk meyakinkan seseorang atas kapasitas dirinya dalam menyelesaikan tugas, atau dengan kata lain, sebagai keadaan motivasi ketika seseorang lebih didorong oleh keyakinan mereka daripada oleh apa yang

secara objektif benar (Hujjaj, 2022). Dengan memiliki keyakinan diri dalam kemampuan sebagai wirausaha, individu cenderung lebih termotivasi untuk mencoba dan mengembangkan bisnis. Sifat *entrepreneurial self-efficacy* yang dimiliki akan menjadi bekal kuat bagi pengusaha yang menekuninya. Karakteristik kewirausahaan ini akan menunjukkan kompetensi kewirausahaan yang dimiliki oleh pelaku usaha. Untuk mencapai kinerja yang baik dan optimal pada suatu usaha yang ditekuni, adanya kewirausahaan sangat diperlukan untuk meningkatkan kinerja usaha pada suatu usaha. Hal ini selaras dengan yang disampaikan pada penelitian oleh Sugandi dan Suhaeni (2019) yaitu Sebagai pelaku usaha, kompetensi kewirausahaan yang merupakan gabungan antara sikap, pengetahuan, dan keterampilan yang saling terhubung sangat dibutuhkan untuk mencapai kinerja yang baik dalam menjalankan usahanya. *Entrepreneurial marketing*, *entrepreneurial leadership*, dan *entrepreneurial self-efficacy*, juga memiliki pengaruh secara langsung terhadap keberhasilan suatu usaha melalui kompetensi kewirausahaan.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena adanya pengaruh secara langsung dari *entrepreneurial marketing*, *entrepreneurial leadership*, dan *entrepreneurial self-efficacy*, terhadap kinerja usaha melalui kompetensi kewirausahaan pada pedagang. Karakteristik tersebut mampu menunjukkan bahwa kewirausahaan merupakan hal yang praktis untuk mengatasi permasalahan yang ada pada bisnis. Demi mencapai keberhasilan pada kinerja usaha, diperlukan adanya pemahaman lebih lanjut terkait variabel-variabel tersebut. Maka dari itu, penelitian ini ingin melihat bagaimana pengaruh *entrepreneurial marketing*, *entrepreneurial leadership*, dan *entrepreneurial self-efficacy*, terhadap kinerja usaha melalui kompetensi kewirausahaan pedagang UMKM tanaman hias di Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan pada pelaku usaha tanaman hias di Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar, Provinsi Bali. Penentuan lokasi ditentukan secara *purposive*. Waktu penelitian berlangsung dari bulan Maret 2025 – Mei 2025. Penelitian ini merupakan *mixed method* yaitu penggabungan data kualitatif dan kuantitatif, dengan cara mengkuantitatifkan data kualitatif yang diperoleh.

Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni wawancara. Adapun populasi dalam penelitian ini sebanyak 210 usaha. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *probability sampling* yaitu *simple random sampling* dimana anggota sampel diambil secara acak tanpa memperhatikan strata yang terdapat dalam populasi. Adapun kriteria responden yang dijadikan sampel pada penelitian ini adalah para pedagang tanaman hias yang terletak di Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar. jumlah sampel yang diperoleh setelah dihitung menggunakan rumus slovin diperoleh sebanyak 68 responden.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk menjelaskan gambaran data yang diperoleh secara umum yang berkaitan dengan variabel pengaruh *entrepreneurial marketing*, *entrepreneurial leadership*, *entrepreneurial self-efficacy*, kompetensi kewirausahaan yang dilakukan pada pedagang tanaman hias yang terletak di Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar. Statistik inferensial pada penelitian ini digunakan untuk menjawab tujuan dari menganalisis pengaruh *entrepreneurial marketing*, *entrepreneurial leadership*, dan *entrepreneurial self-efficacy* terhadap kinerja usaha melalui kompetensi kewirausahaan pedagang usaha tanaman hias Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar. Sesuai dengan apa yang telah dirumuskan pada hipotesis, maka dalam penelitian ini digunakan analisis statistik inferensial dengan *software* yang digunakan adalah *SmartPLS 4. Partial Least Square (PLS)*.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

## 1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden pedagang tanaman hias di Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar mayoritas berjenis kelamin laki-laki (54,4%), berumur > 45 tahun (40%), rata-rata penghasilan per bulan kisaran Rp. 10.000.000 – Rp. 20.000.000 (31%), lama berdirinya usaha 11 – 15 tahun (35%).

## 2. *Entrepreneurial Marketing*

*Entrepreneurial marketing* dalam penelitian ini mencakup penerapan dan pemahaman pedagang terkait dengan indikator pada variabel ini yaitu inovasi, ekspansi, *personal selling*, pengambilan resiko, proaktif, mengoptimalkan sumber daya, penciptaan nilai, intensitas pelanggan. mayoritas responden memiliki *entrepreneurial marketing* sangat tinggi dengan skor 33,7 – 40 sebanyak 30 orang dengan persentase sebesar 44%. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang cenderung sudah bisa menjalankan usahanya secara modern.

## 3. *Entrepreneurial Leadership*

*Entrepreneurial leadership* dalam penelitian ini mencakup penerapan dan pemahaman pedagang terkait dengan indikator pada variabel ini yaitu pengambilan keputusan, inisiatif, pengembangan karyawan, adaptasi dengan perubahan, visioner, ide kreatif, profesionalitas, dan tantangan dalam bekerja. mayoritas responden memiliki *entrepreneurial leadership* sangat tinggi dengan skor 33,7-40 sebanyak 28 orang dengan persentase sebesar 41%. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang cenderung sudah mampu menjalankan usaha dengan kepemimpinan atau manajemen usaha yang baik. Berdasarkan hasil wawancara pada pedagang, rata-rata pedagang mampu dalam beradaptasi dengan perubahan yang terjadi pada pasar hingga mengubah strategi pada bisnis mereka dan para pedagang cukup rutin dalam memberikan program pelatihan atau pengembangan bagi karyawan mereka, yang diharapkan mampu meningkatkan kreativitas dari karyawan

## 4. *Entrepreneurial Self-efficacy*

*Entrepreneurial self-efficacy* dalam penelitian ini mencakup penerapan dan pemahaman pedagang terkait dengan indikator pada variabel ini yaitu emosional, persuasi sosial, pengalaman menguasai sesuatu, modeling sosial, dapat mengelola usaha, motivasi, dan komitmen berwirausaha. Mayoritas responden memiliki *entrepreneurial self-efficacy* yang rendah dengan skor 12,7 – 18,2 sebanyak 20 orang dengan persentase sebesar 29%. Hal ini menunjukkan bahwa keyakinan para pedagang terhadap dirinya sendiri dalam menjalankan usahanya masih kurang baik. Berdasarkan hasil wawancara pada pedagang, rata-rata pedagang sering merasakan stres apabila mendapatkan tekanan selama menjalankan bisnis seperti menghadapi komplain dari karyawan hingga ketika dikejar waktu *deadline* pada pengerjaan proyek tanaman.

## 5. Kompetensi Kewirausahaan

Kompetensi kewirausahaan dalam penelitian ini mencakup penerapan dan pemahaman pedagang terkait dengan indikator pada variabel ini yaitu kemampuan komunikasi, kemampuan konseptual, kemampuan mengatur waktu, kemampuan memenuhi kebutuhan usaha, serta kemampuan evaluasi dan perbaikan. Mayoritas responden memiliki kompetensi kewirausahaan yang cenderung sangat tinggi, sebanyak 17 orang dengan persentase 25%. Hal ini menunjukkan bahwa di satu sisi pedagang memiliki kemampuan yang sangat baik dalam mengimplementasikan tiap indikator dari kompetensi kewirausahaan.

## 6. Kinerja Usaha

Kinerja usaha dalam penelitian ini mencakup sejauh mana keberhasilan pedagang dalam menjalankan usahanya yang bisa dilihat dari indikator pada variabel ini yaitu *market share*, keberlanjutan sebuah usaha, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pelanggan, efisiensi tenaga kerja, profitabilitas. mayoritas responden memiliki kinerja usaha yang sangat tinggi, sebanyak 23 orang dengan persentase sebesar 34%. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja usaha yang dilakukan oleh para pedagang tanaman hias di Kecamatan

Denpasar Timur sudah baik dalam menjalankan operasional usaha mereka secara berkelanjutan.

## **7. Pengaruh secara langsung dari *entrepreneurial marketing*, *entrepreneurial leadership*, dan *entrepreneurial self-efficacy*, terhadap kinerja usaha melalui kompetensi kewirausahaan pada pedagang.**

### **7.1 Pengaruh *Entrepreneurial Marketing* terhadap Kinerja Usaha melalui Peran Mediasi Kompetensi Kewirausahaan**

Hasil pengujian pengaruh langsung menunjukkan variabel *entrepreneurial marketing* terhadap kompetensi kewirausahaan sebagai variabel mediasi memiliki nilai t-statistik sebesar 2,247 dengan signifikansi sebesar 0,025 dan pengaruh langsung variabel kompetensi kewirausahaan sebagai variabel mediasi terhadap kinerja usaha memiliki nilai t-statistik sebesar 7,771 dengan signifikansi sebesar 0,000. Selanjutnya, hasil pengujian pengaruh tidak langsung menunjukkan variabel *entrepreneurial leadership* terhadap kinerja usaha melalui kompetensi kewirausahaan sebagai variabel mediasi memiliki nilai t-statistik sebesar 2,146 dengan signifikansi sebesar 0,032. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *entrepreneurial leadership* yang diukur dengan pengambilan keputusan, inisiatif, pengembangan karyawan, adaptasi dengan perubahan, visioner, ide kreatif, profesionalitas, dan tantangan dalam bekerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha melalui peran mediasi kompetensi kewirausahaan. Besarnya *original sample* menunjukkan nilai 0,184 yang berarti *entrepreneurial leadership* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja usaha melalui peran mediasi kompetensi kewirausahaan. Hasil ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan (2024) yang menyatakan bahwa *entrepreneurial leadership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM di Kabupaten Pati.

Hasil ini bisa dijadikan acuan bagi pedagang tanaman hias di Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar dalam menjalankan usahanya. Apabila pedagang memiliki tingkat *entrepreneurial leadership* yang lebih baik maka kompetensi kewirausahaan yang dimiliki pedagang juga akan meningkat yang pada akhirnya akan menjadi penghubung penting antara *entrepreneurial leadership* dan hasil yang sesuai dari kinerja usaha pedagang. Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin para pedagang tersebut mampu mengambil keputusan dengan cepat saat menghadapi masalah atau peluang, mampu mengidentifikasi masalah bisnis hingga menemukan solusi, mengikutsertakan karyawan dalam program pelatihan, menyesuaikan strategi bisnis dengan perubahan kondisi pasar, fokus pada peluang bisnis di masa depan, menghasilkan ide-ide baru, profesional dalam menjalankan bisnis, dan mampu mengatasi hambatan usaha, maka kompetensi kewirausahaan dari pedagang juga akan meningkat yang selanjutnya akan berdampak pada meningkatnya kinerja usaha dari usaha tanaman hias.

### **7.2 Pengaruh *Entrepreneurial Self-efficacy* terhadap Kinerja Usaha melalui Peran Mediasi Kompetensi Kewirausahaan**

Hasil pengujian pengaruh langsung menunjukkan variabel *entrepreneurial self-efficacy* terhadap kompetensi kewirausahaan sebagai variabel mediasi memiliki nilai t-statistik sebesar 2,611 dengan signifikansi sebesar 0,009 dan pengaruh langsung variabel kompetensi kewirausahaan sebagai variabel mediasi terhadap kinerja usaha memiliki nilai t-statistik sebesar 7,771 dengan signifikansi sebesar 0,000. Selanjutnya, hasil pengujian pengaruh tidak langsung pada Tabel menunjukkan variabel *entrepreneurial self-efficacy* terhadap kinerja usaha melalui kompetensi kewirausahaan sebagai variabel mediasi memiliki nilai t-statistik sebesar 2,291 dengan signifikansi sebesar 0,022. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *entrepreneurial self-efficacy* yang diukur dengan emosional, persuasi sosial, pengalaman menguasai sesuatu, modeling sosial, dapat mengelola usaha, motivasi, dan komitmen kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha melalui peran mediasi kompetensi kewirausahaan. Besarnya *original sample* menunjukkan nilai 0,177 yang berarti *entrepreneurial self-efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja usaha melalui peran mediasi kompetensi kewirausahaan. Hasil ini didukung dengan

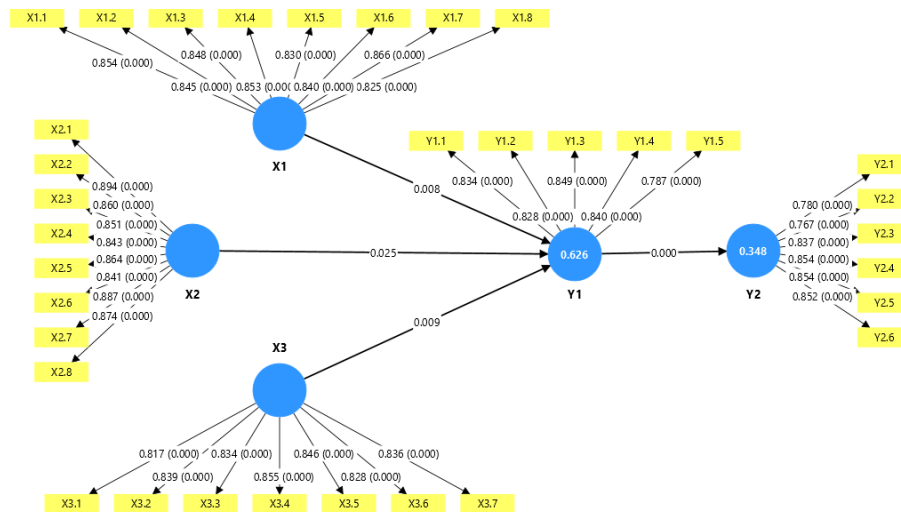
penelitian yang dilakukan oleh Novianty dan Handoyo (2025) yang menyatakan bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di area Jakarta Barat.

Hasil ini bisa dijadikan acuan oleh pedagang tanaman hias di Kecamatan Denpasar Timur dalam menjalankan usahanya. Apabila pedagang memiliki tingkat *entrepreneurial self-efficacy* yang lebih baik maka kompetensi kewirausahaan yang dimiliki oleh pedagang juga akan meningkat yang pada akhirnya akan menjadi penghubung penting antara *entrepreneurial self-efficacy* dan hasil yang relevan dari kinerja usaha pedagang. Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin para pedagang tersebut memiliki kemampuan tinggi dalam menghadapi tekanan dan stres selama menjalankan bisnis, kemampuan meyakinkan calon pelanggan, memiliki banyak pengalaman dalam bidang tanaman, belajar dari keberhasilan maupun kegagalan pengusaha lain, yakin dengan kemampuan dalam mengelola keuangan, motivasi yang tinggi dalam mengembangkan bisnis, dan bersedia mengorbankan waktu demi keberhasilan bisnis, maka kompetensi kewirausahaan dari pedagang juga akan meningkat yang selanjutnya akan berdampak pada meningkatnya kinerja usaha dari usaha tanaman hias.

### **7.3 Pengaruh *Entrepreneurial Marketing*, *Entrepreneurial Leadership*, dan *Entrepreneurial Self-efficacy* secara Simultan terhadap Kinerja Usaha melalui Peran Mediasi Kompetensi Kewirausahaan**

Hasil pengujian pada Tabel menunjukkan bahwa nilai *R-Square* mengidentifikasi pengaruh secara bersama-sama atau simultan ( $X_1$ ), *entrepreneurial leadership* ( $X_2$ ), dan *entrepreneurial self-efficacy* ( $X_3$ ) terhadap kompetensi kewirausahaan ( $Y_1$ ) sebagai variabel mediasi yaitu sebesar 0,626 dengan nilai *adjusted R-Square* sebesar 0,608. Hal ini menandakan bahwa semua konstruk eksogen ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$ ) secara serentak mampu menjelaskan variabel  $Y_1$  sebesar 62,6% dan sisanya 37,4% mampu dijelaskan oleh faktor lain diluar dari model. Sementara itu, dilihat juga bahwa nilai *R-Square* mengidentifikasi pengaruh dari variabel mediasi  $Y_1$  atau ketiga variabel independen secara simultan  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  terhadap  $Y_2$  sebesar 0,348 dengan nilai *adjusted R-Square* sebesar 0,338. Hal ini menandakan bahwa konstruk mediasi ( $Y_1$ ) dan eksogen ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$ ) secara serentak mampu menjelaskan variabel  $Y_2$  sebesar 34,8% dan sisanya 65,2% mampu dijelaskan oleh faktor lain diluar model. Berdasarkan hasil tersebut, dapat diketahui bahwa nilai *R-Square* pada variabel  $Y_1$  kurang dari 0,67 menunjukkan bahwa model cukup kuat atau *moderate to substantial* dalam menjelaskan faktor-faktor yang menghubungkan variabel  $Y_1$ . Sedangkan, nilai *R-Square* pada variabel  $Y_2$  lebih besar dari 0,33 menunjukkan bahwa model dalam kategori cukup atau moderat dalam menjelaskan faktor-faktor yang menghubungkan variabel kinerja usaha ( $Y_2$ ). Secara keseluruhan, hasil ini mendukung hipotesis bahwa variabel *entrepreneurial marketing*, *entrepreneurial leadership*, dan *entrepreneurial self-efficacy* secara simultan berpengaruh terhadap kinerja usaha melalui kompetensi kewirausahaan sebagai variabel mediasi. Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh Kautsar, dkk (2019) yang menyatakan bahwa variabel *self-efficacy* dan *entrepreneurial leadership* secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM. Syafii dan Anom (2024) kemudian menunjukkan bahwa *entrepreneurial leadership* memiliki pengaruh signifikan terhadap kemampuan inovatif pelaku UMKM, dengan *self-efficacy* berperan sebagai mediator parsial. Hal ini menegaskan bahwa kepemimpinan kewirausahaan yang efektif, didukung oleh keyakinan diri dalam berwirausaha, dapat meningkatkan kompetensi kewirausahaan pelaku UMKM secara simultan.

### **7.4 Model Kinerja Usaha Pedagang Tanaman Hias**



Gambar 1. Hasil Perhitungan *Bootstrapping*

Berdasarkan gambar model kinerja usaha pedagang tanaman hias pada Gambar 1, menunjukkan bahwa kinerja usaha (Y2) akan meningkat jika penerapan kompetensi kewirausahaan (Y1) pada pedagang baik. Kemampuan mengatur waktu memiliki nilai *outer loading* tertinggi yaitu sebesar 0,849. Hal ini menunjukkan bahwa indikator kemampuan mengatur waktu pada kompetensi kewirausahaan menjadi indikator yang paling mencirikan variabel kompetensi kewirausahaan. Adanya pernyataan ini, menandakan bahwa pedagang harus memperbaiki dan meningkatkan penerapan kompetensi kewirausahaan pada diri mereka melalui kemampuan mengatur waktu yang baik, seperti kemampuan mengalokasikan waktu terhadap kegiatan produksi, pemasaran, pelayanan terhadap pelanggan, hingga pengelolaan administrasi usaha sehingga kedepannya hal tersebut mampu berdampak baik bagi keberlangsungan kinerja usaha pedagang pada usaha tanaman hias yang dijalani.

Ketiga karakteristik kewirausahaan (X1), *entrepreneurial leadership* (X2), dan *entrepreneurial self-efficacy* (X3) tersebut jika diterapkan dengan baik akan mampu meningkatkan kompetensi kewirausahaan yang dimiliki pedagang dan nantinya akan mampu meningkatkan kinerja usaha pada usaha mereka. Kinerja usaha yang baik juga dapat dicirikan oleh indikator pada variabel tersebut. Indikator yang terdapat pada kinerja usaha meliputi *market share*, keberlanjutan sebuah usaha, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pelanggan, efisiensi tenaga kerja, dan profitabilitas. Melihat keseluruhan indikator tersebut, pertumbuhan pelanggan dan efisiensi tenaga kerja menjadi indikator dengan nilai *outer loading* tertinggi yaitu sebesar 0,854. Hal ini menunjukkan bahwa indikator pertumbuhan pelanggan dan efisiensi tenaga kerja pada kinerja usaha merupakan indikator yang paling mencirikan variabel sehingga mampu menjadi modal awal untuk menilai kinerja usaha pada suatu usaha.

## KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian, terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut:

1. *Entrepreneurial marketing* berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha melalui peran mediasi kompetensi kewirausahaan pada pedagang tanaman hias di Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi pengaruh tidak langsung sebesar 0,013 (t-statistik 2,482), yang menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan memediasi secara parsial pengaruh antara *entrepreneurial marketing* dan kinerja usaha. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat penerapan *entrepreneurial marketing* maka

- akan meningkatkan kompetensi kewirausahaan pelaku usaha tanaman hias di Kecamatan Denpasar Timur yang kemudian menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja usaha pada usaha. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan pedagang untuk menerapkan pendekatan pemasaran berbasis kewirausahaan secara aktif, adaptif, dan inovatif merupakan langkah strategis yang dapat mendorong keberlanjutan dan pertumbuhan usaha pedagang tanaman hias di Kecamatan Denpasar Timur.
2. *Entrepreneurial leadership* berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha melalui peran mediasi kompetensi kewirausahaan pada pedagang tanaman hias di Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi pengaruh tidak langsung sebesar 0,032 (t-statistik 2,146), yang mengindikasikan bahwa kompetensi kewirausahaan secara parsial memediasi pengaruh antara *entrepreneurial leadership* dan kinerja usaha. Dengan demikian, semakin baik kemampuan kepemimpinan kewirausahaan yang dimiliki oleh pelaku usaha Tanaman Hias di Kecamatan Denpasar Timur maka akan semakin meningkat pula kompetensi kewirausahaan yang dimiliki oleh pedagang. Peningkatan kompetensi tersebut akan berdampak langsung terhadap kinerja usaha pada usaha Tanaman Hias. Penelitian ini menegaskan bahwa kemampuan pelaku UMKM dalam memimpin dan mengelola usaha secara profesional, visioner, dan kreatif merupakan elemen penting dalam menciptakan daya saing dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan pasar.
  3. *Entrepreneurial self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha melalui peran mediasi kompetensi kewirausahaan pada pedagang tanaman hias di Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar. Hal ini dibuktikan oleh nilai signifikansi pengaruh tidak langsung sebesar 0,022 (t-statistik 2,291), yang menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan memediasi secara parsial pengaruh antara *entrepreneurial self-efficacy* dan kinerja usaha. Artinya, semakin tinggi tingkat keyakinan diri pedagang dalam menghadapi tantangan usaha maka semakin tinggi pula kompetensi kewirausahaan yang terbentuk. Peningkatan kompetensi ini berdampak langsung pada peningkatan kinerja usaha. Penelitian ini menunjukkan bahwa *entrepreneurial self-efficacy* merupakan modal psikologis penting yang perlu dimiliki pedagang tanaman hias di Kecamatan Denpasar Timur agar mampu menjalankan usahanya secara optimal, percaya diri, dan berkelanjutan di tengah persaingan pasar tanaman hias.
  4. *Entrepreneurial marketing*, *entrepreneurial leadership*, dan *entrepreneurial self-efficacy* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha melalui peran mediasi kompetensi kewirausahaan pada pedagang tanaman hias di Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar. Hal ini didukung oleh nilai *R-Square* sebesar 0,626 untuk variabel mediasi (kompetensi kewirausahaan), yang menunjukkan bahwa ketiga variabel eksogen mampu menjelaskan 62,6% variasi kompetensi kewirausahaan. Sementara itu, nilai *R-Square* sebesar 0,348 pada variabel kinerja usaha mengindikasikan bahwa kombinasi antara ketiga variabel eksogen dan mediasi mampu menjelaskan 34,8% variasi kinerja usaha. Hasil ini mengindikasikan bahwa model penelitian berada pada kategori cukup kuat dalam menjelaskan keterkaitan antar variabel. Secara substansial, hal ini menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan yang kuat, yakni kemampuan dalam *entrepreneurial marketing*, *entrepreneurial leadership*, dan *entrepreneurial self-efficacy*, akan memperkuat kompetensi kewirausahaan pedagang dan kemudian dengan kompetensi yang baik, kinerja usaha pedagang pun akan meningkat. Oleh karena itu, pedagang tanaman hias di Kecamatan Denpasar Timur diharapkan dapat terus mengembangkan ketiga karakteristik kewirausahaan secara konsisten dan berkesinambungan guna membentuk kompetensi kewirausahaan yang kuat sebagai fondasi peningkatan daya saing dan kinerja usaha secara berkelanjutan.
  5. Kinerja usaha pedagang tanaman hias meningkat seiring dengan baiknya kompetensi kewirausahaan, terutama pada aspek kemampuan mengatur waktu. Kompetensi ini diperkuat oleh tiga karakteristik kewirausahaan yang meliputi *entrepreneurial marketing*

melalui indikator penciptaan nilai, *entrepreneurial leadership* melalui indikator pengambilan keputusan, dan *entrepreneurial self-efficacy* melalui indikator modeling sosial. Indikator utama kinerja usaha yaitu pertumbuhan pelanggan dan efisiensi tenaga kerja. Artinya, peningkatan kinerja usaha bergantung pada penguatan kompetensi kewirausahaan yang didorong oleh penerapan karakteristik kewirausahaan secara optimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., Dahar, D., & Badu, R. (2022). *Optimalisasi Usaha Tanaman Hias dengan Kendala Faktor Produksi Menggunakan Linear Programming Optimization*. 11(2), 153–163.
- Aziz Syafii, A., & Anom, L. (2024). Exploring the Relationship between Entrepreneurial Networking, Entrepreneur Leadership, Innovation Capability, and MSMEs Performance.
- BPS. (2023). *Produksi Tanaman Hias Menurut Jenis Tanaman di Indonesia*.
- Handoyo, E., & Novianty. (2025). *Pengaruh Pengalaman Berwirausaha, Inovasi, dan Efikasi Diri terhadap Kinerja Usaha*. 07(01), 224–232.
- Ibnumalik, I. (2016). *Ini Hasilnya Ketika Pengusaha Taman Mampu Merespon Kebutuhan Hotel dan Vila di Bali*.
- Kautsar, A., Asandimitra, N., & Aji, T. S. (2019). Financial Self-Efficacy and Entrepreneurial Leadership on SME Performance. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(12).
- M. J. Hujjaj. (2022). Pengaruh Entrepreneurial Self – Efficacy Dan Social Support Terhadap Intensi Berwirausaha. *UIN Malang*.
- Munawaroh, M., & Rimiyati, H. (2016). *Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Kewirausahaan Islami terhadap Keberhasilan Usaha (Studi pada Pengusaha UMKM Muslim di Kota Yogyakarta)*.
- Pranatasari, F. D., & Wadyatenti, M. A. D. V. (2022). Entrepreneurial Marketing Dan Kinerja Organisasi Pada Umkm Di Tengah Ketidakpastian Faktor Lingkungan. *Modus*, 34(1), 100–114.
- Ramadhan, A. (2024). *Pengaruh Entrepreneurial Leadership dan Inovasi terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Pati*. <https://repository>
- Scouts. (2024). *10 Essential Qualities of Entrepreneurial Leaders*. <https://yscouts.com/10-entrepreneurial-leadership-characteristics/>.
- Sugandi, F., & Suhaeni, T. (2019). Peran Kompetensi Kewirausahaan dalam Meningkatkan Kinerja Usaha pada Industri Kreatif Subsektor Kerajinan di Kota Bandung. *Prosiding Industrial Research Workshop*, 1374–1386.
- Yusnita, M., & Wahyudin, D. N. (2017). Entrepreneurial Leadership melalui Kapasitas Inovasi sebagai Upaya Peningkatan Keunggulan Kompetitif UMKM di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) (Kajian Usaha Mikro di Kabupaten Bangka). *Integrated Journal of Business and Economics (IJBE)*, 1(1), 10–18.