



## PERAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, EFIKASI DIRI KEWIRAUSAHAAN DAN PEMASARAN KEWIRAUSAHAAN DALAM KINERJA PENJUALAN FREELANCER ILLUSTRATOR DI JAKARTA

Muhammad Rasyid Ridha<sup>1</sup>, Henky Lisan Suwarno<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup>Magister Manajemen, Universitas Kristen Maranatha, Indonesia

\*Email: [2253007@bus.maranatha.edu](mailto:2253007@bus.maranatha.edu)<sup>1</sup>, [henky.ls@eco.maranatha.edu](mailto:henky.ls@eco.maranatha.edu)<sup>2</sup>

Doi : <https://doi.org/10.37339/e-bis.v10i1.2931>

Diterbitkan oleh Politeknik Piksi Ganesha Indonesia

### Info Artikel

Diterima :  
2025-12-18  
Diperbaiki :  
2026-01-26  
Disetujui :  
2026-01-30

**Kata Kunci :** Efikasi Diri,  
Pemasaran Kewirausahaan,  
Orientasi Kewirausahaan,  
Kinerja Penjualan

### Keywords:

Entrepreneurial  
Marketing,  
Entrepreneurial  
Orientation,  
Entrepreneurial Self-  
Efficacy, Sales  
Performance

### ABSTRAK

Freelance merupakan salah satu bentuk pekerjaan yang semakin diminati di Indonesia, namun freelancer sering menghadapi tantangan dalam meningkatkan kinerja penjualan karena tidak terikat pada organisasi tertentu. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan, efikasi diri kewirausahaan, dan pemasaran kewirausahaan terhadap kinerja penjualan freelancer ilustrator di Jakarta. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan teknik purposive sampling terhadap 100 freelancer ilustrator. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran kewirausahaan berpengaruh negatif dan efikasi diri kewirausahaan berpengaruh positif, tetapi keduanya tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kinerja penjualan. Sebaliknya, orientasi kewirausahaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja penjualan. Selain itu, efikasi diri kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan melalui mediasi penuh orientasi kewirausahaan. Temuan ini menunjukkan pentingnya penguatan orientasi kewirausahaan untuk meningkatkan kinerja penjualan freelancer ilustrator.

### ABSTRACT

*Freelancing has become an increasingly popular form of employment in Indonesia. However, freelancers often face challenges in improving their sales performance due to the absence of organizational attachment and support. This study aims to analyze the effects of entrepreneurial orientation, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial marketing on the sales performance of freelance illustrators in Jakarta. An explanatory quantitative approach was employed, using purposive sampling to select 100 freelance illustrators as respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with SmartPLS. The findings reveal that entrepreneurial marketing has a negative effect and entrepreneurial self-efficacy has a positive effect; however, neither variable significantly influences sales performance directly. In contrast, entrepreneurial orientation has a positive and significant effect on sales performance. Furthermore, entrepreneurial self-efficacy significantly affects sales performance through the full mediation of entrepreneurial orientation. These findings highlight the importance of strengthening entrepreneurial orientation to enhance the sales performance of freelance illustrators and create greater business opportunities in a competitive market.*

Alamat Korespondensi : Jl. Letnan Jenderal Suprpto No.73 Kebumen, Jawa Tengah, Indonesia 55431

## PENDAHULUAN

Angka jumlah pengangguran di Indonesia masih sangat tinggi dibandingkan beberapa negara lainnya. Berdasarkan situs *Trading Economics* (Economics, 2023), tercatat pada awal tahun 2023 tingkat pengangguran di Indonesia terbesar kedua dengan persentase 5.45% setelah Brunei Darussalam dengan persentase 7.2% diantara negara-negara ASEAN lainnya. Lebih lengkapnya berdasarkan Badan Pusat Statistik Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2023), jumlah pengangguran terbuka di awal Februari 2023 sebesar 7.99 juta penduduk, meski adanya penurunan dari tahun 2022 yang awalnya 8.40 juta penduduk, namun dengan data tersebut dapat dikatakan bahwa masih ada banyak sekali jumlah penduduk yang masih belum mendapatkan pekerjaan.

Salah satu alternatif pekerjaan yang dapat dijalani oleh masyarakat adalah dengan menjadi *freelancer*. *Freelancer* atau pekerja lepas di Indonesia dimasukkan ke dalam kategori pekerjaan informal dan termasuk dalam jenis pekerja bebas nonpertanian oleh Badan Pusat Statistik. *Freelancer* pada konteks ini merupakan orang yang bekerja dengan menjajakan jasanya, seperti menawarkan jasa pembuatan desain, *artwork*, *copywriting*, *web programming*, dan sebagainya berupa *commission work*. Jumlah *freelancer* di Indonesia sendiri cukup banyak, dan juga terus mengalami kenaikan di beberapa tahun belakang terutama setelah COVID-19. Meski pada periode Februari 2022 - Februari 2023 terjadi penurunan 0,34%, namun jumlah *freelancer* di Indonesia sebanyak 6,59 juta orang atau terdapat 4,76% (Statistik, 2021).

Untuk meningkatkan Kinerja Penjualan *freelancer* diperlukan pengembangan *skill* yang sesuai dengan bidang yang dipilih individu, selain itu juga dengan cara memperbanyak portofolio sebagai *sample*, banyaknya pengalaman dan jam terbang yang sudah cukup lama juga menjadi salah satu pertimbangan konsumen melirik jasa yang ditawarkan oleh *freelancer*. Namun, berdasarkan hasil dari pra-survei yang penulis lakukan kepada 30 *freelancer* menunjukkan bahwa Kinerja Penjualan dari *freelancer* hanya mencapai 68,33% dari standar 100%, oleh karena itu Kinerja Penjualan *freelancer* harus ditingkatkan. Selain itu, hasil pra-survei tersebut juga menunjukkan hasil 75,22% dari standar 100% pada Orientasi Kewirausahaan, 75,11% dari standar 100% pada Efikasi Diri Kewirausahaan, dan 74,44% dari standar 100% pada Pemasaran Kewirausahaan, hal ini menunjukkan perlunya peningkatan pada sektor-sektor lain juga selain hanya pada Kinerja Penjualan saja.

Berdasarkan pra-survei di atas juga penulis dapat mengerucutkan sampel pada penelitian ini menjadi *freelancer illustrator* di Jakarta. *Freelander illustrator* diambil menjadi sampel dikarenakan mayoritas responden dari hasil pra-survei bergerak dibidang *illustrator*. Selain itu, Jakarta dipilih menjadi batasan penelitian karena Jakarta memiliki banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang *multimedia* (seperti *webtoon* atau komik digital), yang tentunya memerlukan seorang *illustrator*.

Mengadopsi konsep Orientasi Kewirausahaan, Efikasi Diri Kewirausahaan dan Pemasaran Kewirausahaan dalam pengembangan diri dapat menjadi salah satu cara alternatif dalam meningkatkan Kinerja Penjualan *freelancer*. Pada penelitian sebelumnya hubungan Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja Penjualan dinyatakan tidak memiliki dampak (Roswiyanti et al., 2023), maka diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mendukung atau membantah penelitian dengan topik tersebut. Pada penelitian sebelumnya masih belum banyak yang meneliti hubungan antara Efikasi Diri Kewirausahaan dengan Kinerja Penjualan, maka diperlukan pembuktian dengan melakukan penelitian dengan topik tersebut. Pada penelitian sebelumnya hubungan antara

Pemasaran Kewirausahaan dengan Kinerja Penjualan dinyatakan memiliki dampak (Wulan et al., 2021), maka diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mendukung atau membantah penelitian dengan topik tersebut. Pada penelitian sebelumnya masih belum banyak yang meneliti hubungan antara Efikasi Diri Kewirausahaan dengan Kinerja Penjualan melalui Orientasi Kewirausahaan, maka diperlukan pembuktian dengan melakukan penelitian dengan topik tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis hubungan antara Orientasi Kewirausahaan dengan sales performance, Efikasi Diri Kewirausahaan dengan Kinerja Penjualan, Pemasaran Kewirausahaan dengan Kinerja Penjualan, dan Efikasi Diri Kewirausahaan dengan Kinerja Penjualan melalui Orientasi Kewirausahaan freelancer illustrator di Jakarta. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk meningkatkan Kinerja Penjualan freelancer, terutama dengan menerapkan Orientasi Kewirausahaan, Efikasi Diri Kewirausahaan dan Pemasaran Kewirausahaan.

## KAJIAN PUSTAKA

### Kinerja Penjualan

Menurut Saphiro dan Weiltz dalam Saffy (2021), Dilaksanakannya peran strategis tertentu oleh seorang wakil penjualan menghasilkan kinerja penjualan yang konsisten. Lanjut menurut Baldauf (Hendriyanto, 2016) mengatakan bahwa kinerja penjualan adalah ukuran dari seberapa baik kontribusi tenaga penjualan untuk mencapai tujuan organisasi. Di antara faktor lain yang dapat memengaruhi efektivitas keseluruhan, seperti persaingan, potensi pasar, dan perubahan pasar, kinerja penjualan berdampak positif pada kinerja perusahaan penjualan. Lalu menurut Scott dalam Sari (2021), kinerja tenaga penjual berarti menjual barang dengan mendapatkan keuntungan yang tinggi dan memiliki kemampuan untuk menjual barang lebih dari target yang ditetapkan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dikatakan bahwa Kinerja Penjualan merupakan kemampuan berdasarkan karakteristik individu (tenaga penjual) dalam melayani konsumen untuk meningkatkan penjualan produk sesuai dengan tujuan. *Freelancer* sebagai tenaga penjual dalam menjalani pekerjaan dan bertanggung jawab kepada *client* dapat memasukan dirinya sebagai *intrapreneur*, sehingga etos-etos *entrepreneur* dapat individu gunakan untuk mengembangkan karakternya. Pengembangan karakter ini sangat mempengaruhi kinerja penjualan yang ia lakukan. Dengan menaikkan kinerja penjualan ini juga *freelancer* bisa mendapatkan hubungan yang baik dengan *client*, sebagaimana *client* di sini bukan hanya sebagai orang yang memperkerjakan individu tersebut, tapi juga sebagai konsumen. Hasil dari setiap penjualan ini dapat meningkatkan evaluasi kinerja pribadi yang baik, dan menjadikannya suatu portofolio sehingga individu dapat dengan lebih mudah melakukan penjualan (memasarkan jasanya), bahkan dapat membuat *client* yang sama melakukan *repeat order*.

### Orientasi Kewirausahaan

Orientasi Kewirausahaan adalah proses pembuatan strategi berupa seni literatur sebagai salah satu konstruksi terkemuka yang dikaji baikpun secara teoritis maupun empiris dalam bidang kewirausahaan, dan masih terus menjadi bidang penelitian yang dinamis (Milovanović et al., 2023). Menurut Lumpkin & Dess dalam Amaleshwari dan Jeevitha (Amaleshwari & Jeevitha, 2023) istilah Orientasi Kewirausahaan "mengacu pada proses, praktik, dan aktivitas pengambilan keputusan yang mengarah pada hasil yang baru" dengan dimensi-dimensi pendukungnya yaitu

berani pengambilan risiko, inovatif, proaktif, mandiri, dan agresif dalam menghadapi kompetisi. Lalu, Wiklund dan Shepherd dalam Aloulou (Aloulou, 2023), mengadopsi Orientasi Kewirausahaan sebagai orientasi strategis berupa sumber daya yang diperlukan untuk membantu perusahaan dalam memelihara ketahanan mereka melalui penciptaan peluang kewirausahaan dan alokasi sumber daya penting untuk menginvestasikannya menjadi penciptaan nilai. Faktor-faktor yang terdapat orientasi kewirausahaan antara lain: inovasi, pengambilan risiko, proaktif, kompetisi, orientasi pada pencapaian pembelajaran (Suwarno et al., 2026). Dari penjelasan di atas maka Orientasi Kewirausahaan berpusat pada sikap individu dalam pengambilan keputusan dengan sifat-sifat berani mengambil risiko, inovatif, proaktif, mandiri, dan agresif dalam menghadapi kompetisi agar dapat memelihara ketahanan atau keberlangsungan melalui penciptaan peluang supaya dapat mengarah pada hasil yang baru. Dengan mengimplementasikan sikap di atas, individu dapat menggunakannya untuk meningkatkan Kinerja Penjualan dari karya-karyanya.

### **Efikasi Diri Kewirausahaan**

Efikasi Diri Kewirausahaan berkaitan dengan keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk merencanakan dan mengimplementasikan tindakan secara efektif; hal ini berkaitan erat dengan kesadaran pada diri individu atas keyakinan akan keterampilan dan kemampuan yang dimilikinya (Rocha et al., 2023). Kolvereid dan Isaksen (Vázquez-Parra et al., 2023) memaparkan secara spesifik untuk mencakup identifikasi peluang: Sebagai skala yang mengukur persepsi diri terhadap kemampuannya dalam melakukan tindakan dan mengumpulkan sumber daya untuk mengenali potensi peluang munculnya perusahaan baru, meningkatkan produk atau layanan, menciptakan ceruk pasar, memenuhi kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi, dan menciptakan nilai. Menurut penelitian, *self-efficacy* memengaruhi keputusan, jumlah intensitas, dan kemauan individu, menjadikannya konsep yang berharga untuk memahami perilaku manusia (Ndofirepi, 2022).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dikatakan bahwa Efikasi Diri Kewirausahaan adalah tingkat kesadaran dan keyakinan individu akan keterampilan dan kemampuannya untuk dapat menjalankan suatu tugas spesifik ataupun untuk mengembangkan diri. Sehingga diyakini bahwa semakin tinggi *self-efficacy* individu maka individu semakin percaya diri dan bertekad untuk mengerjakan sesuatu (Ndofirepi, 2022). Dengan menyadari konsep tersebut, individu dapat menggunakannya menjadi ruang untuk berkembang dalam melakukan transaksi dan komunikasi dengan konsumen, sehingga dapat meningkatkan Kinerja Penjualan.

### **Pemasaran Kewirausahaan**

Pemasaran Kewirausahaan adalah penghubung antara kewirausahaan dan pemasaran yang mengarahkan perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif (Gameti, 1970). Menurut Kraus, et al. (Yu & Zhou, 2023) EM merupakan kegiatan pemasaran dengan pola pikir wirausaha. Sedangkan menurut Hills, et al. (Yu & Zhou, 2023), EM adalah jiwa yang berorientasi dalam proses mengejar peluang dengan penuh semangat, dan peluncuran serta pengembangan usaha menggunakan hubungan dari inovasi, kreativitas, penjualan, pemasaran mendalam, jaringan, dan fleksibilitas untuk menciptakan nilai pelanggan. Hal ini juga sejalan dengan tujuh elemen dalam Pemasaran Kewirausahaan menurut Morris, et al. (Yang et al., 2023), yaitu pendekatan berbasis peluang, proaktif, berinovasi, memenuhi kebutuhan konsumen, manajemen resiko, pemanfaatan

sumber daya, dan penciptaan nilai.

Dari pemaparan tersebut maka Pemasaran Kewirausahaan adalah jiwa atau pola pikir wirausaha yang dilakukan untuk memasarkan produk atau usaha dengan tujuan untuk pengembangan usaha mencapai keunggulan kompetitif. Dengan menerapkan ketujuh elemen dalam Pemasaran Kewirausahaan, individu dapat menggunakannya untuk mengembangkan usaha maupun diri dari individu tersebut untuk meningkatkan *Kinerja Penjualan* berdasarkan jiwa kewirausahaan dalam Pemasaran Kewirausahaan.

### **Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Penjualan**

Orientasi Kewirausahaan dapat berpengaruh dalam pembentukan dan pengembangan sikap seorang individu. Hal ini dikarenakan sifat Orientasi Kewirausahaan dalam penciptaan peluang kewirausahaan dan alokasi sumber daya penting untuk menginvestasikannya menjadi penciptaan nilai (Aloulou, 2023). Dengan individu mengadopsi jiwa kewirausahaan melalui pola pikir Orientasi Kewirausahaan dalam pengambilan keputusan dengan sifat-sifat berani mengambil risiko, inovatif, proaktif, mandiri, dan agresif (Amalleshwari & Jeevitha, 2023) merupakan salah satu nilai yang dapat berpengaruh terhadap peningkatan evaluasi dalam melayani konsumen dan juga penjualan. Upaya tersebut sejalan dengan Kinerja Penjualan, karena upaya tersebut merupakan usaha individu yang diperoleh melalui proses evaluasi kontribusi individu dalam penjualan untuk mencapai tujuan “organisasi” (Hendriyanto, 2016). Oleh karena itu Orientasi Kewirausahaan dapat ikut andil dalam memengaruhi perkembangan Kinerja Penjualan melalui pengembangan sikap-sikap kewirausahaan individu.

H1: Orientasi Kewirausahaan memengaruhi Kinerja Penjualan

### **Efikasi Diri Kewirausahaan dan Kinerja Penjualan**

Efikasi Diri Kewirausahaan berkaitan dengan tingkat kesadaran dan keyakinan individu akan keterampilan dan kemampuannya untuk dapat menjalankan suatu tugas spesifik ataupun untuk mengembangkan diri (Furtado Matos et al., 2020), (Rocha et al., 2023), (Vieira et al., 2022). Dengan mengembangkan *self-efficacy* individu maka individu akan semakin percaya diri karena diyakini individu dengan efikasi diri tinggi, mereka yakin akan bisa melaksanakan serangkaian tindakan yang diperlukan untuk menghadapi aktivitas penjualan dan memiliki kemampuan mental untuk menghadapi hambatan (Ndofirepi, 2022), (Vieira et al., 2022), yang pada akhirnya akan menghasilkan produktivitas yang memuaskan dan berkualitas. Oleh karena itu, dengan pemahaman diri yang lebih mendalam dan pengembangan sikap/karakter individu melalui Efikasi Diri Kewirausahaan, hal ini dapat memengaruhi Kinerja Penjualan untuk meningkatkan Kinerja Penjualan individu.

H2: Efikasi Diri Kewirausahaan memengaruhi Kinerja Penjualan

### **Pemasaran Kewirausahaan dan Kinerja Penjualan**

Dengan menerapkan keunggulan kompetitif yang didapat melalui Pemasaran Kewirausahaan, individu dapat menargetkan penjualan dengan lebih rapi dan strategis. Pemasaran yang baik dengan menerapkan jiwa kewirausahaan dapat menciptakan nilai. Penciptaan nilai ini sejalan dengan salah satu elemen Pemasaran Kewirausahaan (Yang et al., 2023) di mana penciptaan nilai secara dalam pemasaran ini dapat menjadi salah satu peran strateik bagi individu

untuk meningkatkan kinerja penjualannya [14]. Bila individu dapat menciptakan nilai dalam penjualan yang sepadan dengan kemampuannya, maka akan dapat memberikan timbal balik yang baik kepada konsumennya. Oleh karena itu, individu dapat meningkatkan performanya dengan tujuan menciptakan nilai yang lebih tinggi lagi sebagai modal untuk dipasarkan dengan tehnik-tehnik Pemasaran Kewirausahaan. Pemasaran Kewirausahaan menjadi salah satu hal yang krusial dalam Kinerja Penjualan karena untuk menghasilkan penjualan yang baik, diperlukan juga pembentukan citra dan memenuhi ekspektasi berdasarkan nilai konsumen melalui Pemasaran Kewirausahaan (Gameti, 1970).

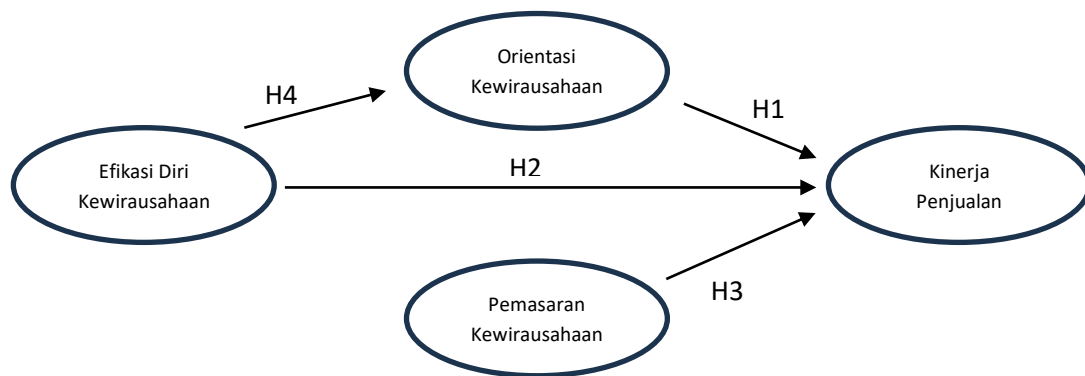
H3: Pemasaran Kewirausahaan memengaruhi Kinerja Penjualan

### **Efikasi Diri Kewirausahaan, Kinerja Penjualan, dan Orientasi Kewirausahaan**

Efikasi Diri Kewirausahaan dapat berperan sebagai salah satu cara untuk mengembangkan karakter yang berorientasi kewirausahaan pada diri individu. Dengan hubungan dalam penciptaan nilai antara Orientasi Kewirausahaan dan Efikasi Diri Kewirausahaan (Aloulou, 2023), (Vázquez-Parra et al., 2023) individu dapat lebih memahami dirinya sendiri melalui identifikasi berbasis Efikasi Diri Kewirausahaan, maka individu dapat mengembangkan dirinya untuk menciptakan nilai lebih lanjut dengan menerapkan prinsip-prinsip Orientasi Kewirausahaan seperti sifat berani mengambil risiko, inovatif, proaktif, mandiri, dan agresif (Amalleshwari & Jeevitha, 2023), (Furtado Matos et al., 2020). Oleh karena itu, dengan mengembangkan nilai-nilai efikasi diri yang tinggi berguna untuk meningkatkan kemampuan individu dalam menerapkan prinsip-prinsip Orientasi Kewirausahaan, sehingga individu dapat melakukan serangkaian tindakan yang diperlukan untuk menghadapi aktivitas penjualan dan memiliki kemampuan mental untuk menghadapi hambatan, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap kemampuan individu untuk menghasilkan produktivitas yang berkualitas dan juga meningkatkan penjualan sejalan dengan cara melayani konsumen yang memuaskan.

H4: Efikasi Diri Kewirausahaan memengaruhi Kinerja Penjualan melalui Orientasi Kewirausahaan

Berdasarkan hipotesis-hipotesis di atas, dapat disimpulkan menjadi figur diagram model penelitian sebagai berikut:



**Gambar 1.** Model Penelitian

## METODE

Riset ini termasuk riset kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner menggunakan jenis *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (Hendra & Atik, 2023), *purposive sampling* adalah pengambilan sampel dengan mempertimbangkan beberapa faktor sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini kriteria yang dipilih sebagai sampel adalah *freelancer illustrator* di Jakarta. Menurut Tabachnick dan Fidell dalam Yamanhadi (2022) jumlah sampel yang sesuai untuk digunakan dalam penelitian dapat ditentukan melalui rumus sebagai berikut:

$$N \geq 50 + 8m$$

N = jumlah sampel

m = jumlah variabel independen

Maka didapatkan jumlah sampel minimal dapat diambil sebesar:  $N \geq 50 + 8(3)$ ,  $N \geq 50 + 24$ , dengan begitu dapat disimpulkan  $N \geq 74$ . Oleh karena itu, jumlah sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini adalah 74 sampel, namun penulis akan mengambil 100 sampel agar data yang diuji dapat lebih efektif. Hal tersebut berdasarkan ungkapan Imam Gozhali dalam Nugraha (Nugraha, 2014) menyatakan bahwa besar sampel minimal yang direkomendasikan untuk pengujian PLS-SEM berkisar dari 30 sampai 100 responden.

Penelitian ini menggunakan PLS-SEM (Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J.-M., 2015) sebagai alat uji data, sehingga untuk menguji reliabilitas dan validitas instrumen penelitian, proses pengukuran model akan diterapkan pada data sampel, yang kemudian akan melewati proses *structural model* untuk menguji hipotesis berdasarkan data sampel yang sudah diuji sebelumnya menggunakan *measurement model*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Karakteristik Responden

Data penelitian dikumpulkan dari 100 responden yang bekerja sebagai ilustrator freelance di Jakarta. Untuk memberikan profil yang lebih lengkap dari populasi responden dalam penelitian ini, karakteristik lebih lanjut tentang responden dapat diberikan berdasarkan kuesioner yang dibagikan.

**Tabel 1.** Jenis Kelamin Responden

Profil Jenis Kelamin	
Laki-laki	42
Perempuan	58

Sumber: Data yang diproses, 2025

Dari profil jenis kelamin, mayoritas responden merupakan perempuan dengan jumlah populasi sebesar 58%. Sementara itu, responden laki-laki hanya mencakup 42% saja. Menunjukkan bahwa profesi ini dapat dipilih oleh siapa saja tidak memandang jenis kelamin, atau diperuntukkan ke jenis kelamin tertentu saja.

**Tabel 2.** Usia Responden

Profil Usia	
≤ 19 tahun	6

Profil Usia	
20 - 24 tahun	15
25 - 29 tahun	13
30 - 34 tahun	8
35 - 39 tahun	11
40 - 44 tahun	23
45 - 49 tahun	5
≥ 50 tahun	19

Sumber: Data yang diproses, 2025

Dalam profil usia, mayoritas responden mencakup usia 40 hingga 44 tahun sebesar 23%, lalu diikuti oleh usia 50 tahun ke atas sebesar 19%, usia 20 hingga 24 sebesar 15%, dan 25 hingga 29 tahun sebesar 13%. Dalam hal ini, dapat diketahui bahwa menjadi *freelancer* khususnya dalam bidang ilustrasi ini tetap dapat dijalani meski sudah memasuki rentan usia pertengahan, dan juga sudah diminati mulai dari rentan usia dewasa muda.

**Tabel 3. Status Pekerjaan Responden**

Profil Status Pekerjaan	
Pekerjaan utama	19
Pekerjaan sampingan	81

Sumber: Data yang diproses, 2025

Hal di atas juga dipengaruhi oleh profil berikutnya, di mana mayoritas menjadikan profesi *freelancer illustrator* sebagai pekerjaan sampingan, yaitu sebanyak 81%. Sementara itu, *freelancer illustrator* sebagai pekerjaan utama hanya mencakup 19%. Meski responden yang menjadikan *freelancer illustrator* sebagai pekerjaan utama hanyalah sebegini kecil saja, namun dapat diketahui bahwa ini menjadikan bukti bahwa profesi ini sangat diminati meski hanya dijadikan pekerjaan sampingan, sehingga bisa dianggap bahwa profesi ini memiliki prospek yang baik.

**Tabel 4. Pengalaman Responden**

Profil Pengalaman	
< 1 tahun	45
1 – 3 tahun	24
3 – 5 tahun	12
5 – 7 tahun	6
7 – 10 tahun	6
> 10 tahun	7

Sumber: Data yang diproses, 2025

Dalam segi berapa lama menekuni profesi ini, mayoritas responden baru menekuni profesi ini kurang lebih selama 1 tahun sebanyak 45%. Lalu, sebanyak 24% responden telah menekuni profesi ini selama 1 hingga 3 tahun, dan sebanyak 12% sudah menekuni profesi ini selama 3 hingga 5 tahun.

Berdasarkan analisis menggunakan Smart PLS 3.2.9 (Ringle et al., 2015), diperoleh hasil sebagai berikut:

## Hasil Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

### Nilai Uji Realibitas

Tabel 5. Nilai Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Pemasaran Kewirausahaan	0.954	0.961	0.962	0.758
Orientasi Kewirausahaan	0.966	0.967	0.971	0.787
Efikasi Diri Kewirausahaan	0.950	0.951	0.957	0.715
Kinerja Penjualan	0.958	0.961	0.966	0.827

Sumber: Data yang diproses, 2025

Pada tabel 1 di atas menunjukkan tabel nilai realibilitas gabungan dari keempat variabel yaitu pemasaran kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, efikasi diri kewirausahaan, dan kinerja penjualan. Pada tabel tersebut dinyatakan bahwa nilai realibilitas gabungan dari keempat variabel pada studi ini mempunyai angka  $> 0.70$ . Lalu untuk nilai *Cronbach's Alpha* juga setiap variabel mempunyai angka  $> 0.70$  sehingga dapat dinyatakan sesuai. *Variance Extracted* (AVE) pada tabel tersebut juga menyatakan bahwa setiap variabel memiliki nilai di atas 0.50, yang menunjukkan bahwa model penelitian ini telah memenuhi nilai Reliabilitas Komposit, Alpha Cronbach, *Variance Extracted* (AVE), dan dapat dinyatakan data-datanya reliabel.

### Nilai Uji Validitas

Tabel 6. Nilai Uji Outer Loadings Indicator

Indikator	Pemasaran Kewirausahaan	Orientasi Kewirausahaan	Efikasi Kewirausahaan	Diri Kewirausahaan	Kinerja Penjualan
EM 1	0.873				
EM 2	0.907				
EM 3	0.894				
EM 4	0.881				
EM 5	0.874				
EM 6	0.913				
EM 7	0.867				
EM 8	0.744				
EO 1		0.881			
EO 2		0.898			
EO 3		0.850			
EO 4		0.913			
EO 5		0.901			
EO 6		0.878			
EO 7		0.877			
EO 8		0.892			
EO 9		0.894			
ESE 1			0.791		
ESE 2			0.845		
ESE 3			0.851		
ESE 4			0.844		
ESE 5			0.895		
ESE 6			0.866		
ESE 7			0.809		
ESE 8			0.898		
ESE 9			0.801		
SP 1					0.838
SP 2					0.915

Indikator	Pemasaran Kewirausahaan	Orientasi Kewirausahaan	Efikasi Kewirausahaan	Diri	Kinerja Penjualan
SP 3					0.937
SP 4					0.914
SP 5					0.917
SP 6					0.932

Sumber: Data yang diproses, 2025

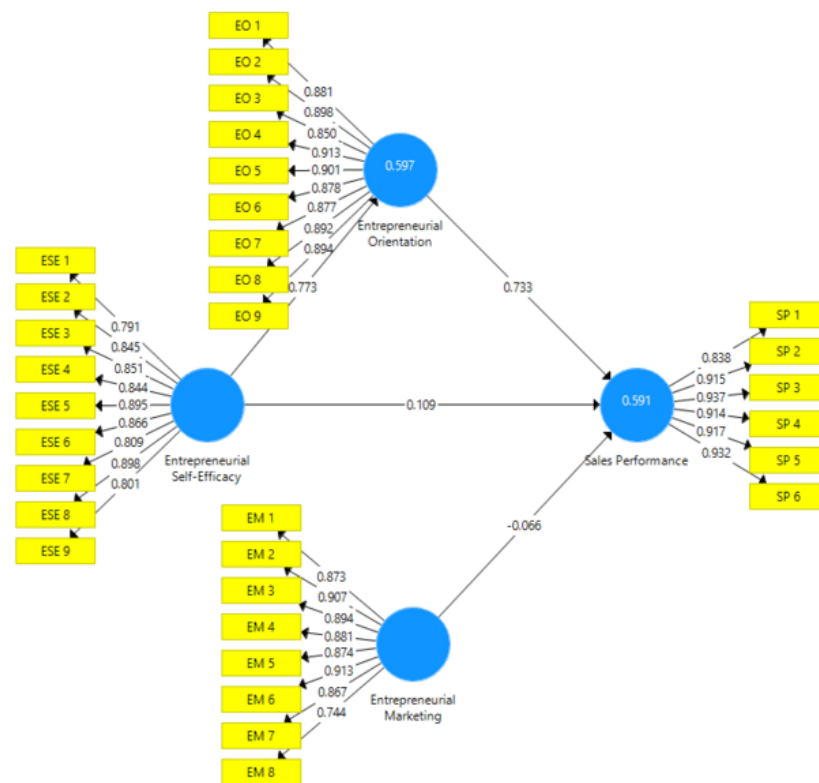
Pada tabel 2 di atas terpapar hasil uji *outer loadings factor*, di mana hasil pengukuran harus berada di atas 0,7 untuk dapat dinyatakan valid sebagai bukti validitas angka yang diukur. Indikator EM6 pada variabel Pemasaran Kewirausahaan nilai tertinggi dalam variabel ini adalah 0.913 untuk *outer loading*. Hal ini menunjukkan bahwa EM6 adalah pilihan yang sangat baik untuk mengukur seberapa besar pemasaran kewirausahaan yang disukai responden. Dalam konteks ini, pemasaran kewirausahaan berarti pemanfaatan sumber daya dan kemampuan seseorang untuk memasarkan produknya. Nilai validitas yang tinggi dari EM6 menunjukkan bahwa responden dapat memanfaatkan seluruh sumber daya dan kemampuan mereka untuk memasarkan produknya.

Indikator EO4 memiliki nilai *outer loading* terbesar sebesar 0.913 pada variabel Orientasi Kewirausahaan. Ini menunjukkan bahwa EO4 sangat valid untuk mengukur tingkat orientasi kewirausahaan yang dirasakan responden; dalam hal ini, orientasi kemandirian—atau orientasi kemandirian—adalah yang paling penting. Nilai validitas yang tinggi dari EO4 menunjukkan bahwa responden memiliki kekuatan diri untuk menyelesaikan tugas dengan cara yang mereka sukai dan/atau kuasai sendiri.

Indikator ESE8 memiliki nilai *outer loading* tertinggi sebesar 0.898 pada variabel Efikasi Diri Kewirausahaan. Hal ini menunjukkan bahwa ESE8 sangat berguna untuk mengukur seberapa efektif kewirausahaan yang dirasakan responden. Dalam konteks ini, keyakinan individu atas keterampilan atau kemampuan (*skill*) adalah reaksi diri kewirausahaan. Nilai validitas tinggi ESE8 menunjukkan bahwa responden sangat yakin atas kemampuan mereka sehingga mereka dapat melakukan tugas mereka dengan baik.

Untuk variabel kinerja penjualan, indikator SP3 menunjukkan beban luar sebesar 0.937. Hal ini menunjukkan bahwa SP3 adalah alat yang sangat valid untuk mengukur tingkat kinerja penjualan yang dirasakan responden. Dalam situasi ini, kinerja penjualan berkorelasi dengan pencapaian target penjualan. Nilai validitas SP3 menunjukkan bahwa responden dapat mencapai target penjualan dengan baik.

Berdasarkan hasil pengujian-pengujian menggunakan SmartPLS di atas, menghasilkan diagram hasil uji model pengukuran sebagai berikut:



Gambar 1. Hasil Uji Model Pengukuran

Sumber: Data yang diproses 2025

**Hasil Uji Model Struktural (*Inner Model*)**

**Nilai Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)**

Pengujian Goodness of Fit menilai validitas model penelitian secara keseluruhan, mengevaluasi hasil pengukuran dan struktur model, dan memberikan evaluasi awal prediksi model. Nilai Goodness of Fit berkisar antara 0 dan 1. Jika nilai Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) kurang dari 0,1, maka model tersebut dianggap sesuai. Nilai Normal Fit Index (NFI) dengan rentang nilai antara 0 dan 1 menunjukkan bahwa nilai yang lebih dekat dengan 1 menunjukkan bahwa model tersebut lebih sesuai. Hasil tes ditunjukkan dalam tabel 3 berikut:per

Tabel 7. Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.060	0.068
d_ULS	1.904	2.409
d_G	2.649	2.662
Chi-Square	1.204.543	1.216.780
NFI	0.738	0.735

Sumber: Data yang diproses, 2025

Pada tabel 3 di atas dapat dilihat hasil dari uji kelayakan model (*goodness of fit*), di mana nilai *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) bernilai 0.060, yang berarti nilai yang

dimiliki model penelitian ini kurang dari 0,1. Lalu, pada *Normal Fit Index* dinyatakan bahwa nilainya berada pada 0.738, yang berarti memiliki nilai yang cukup besar dan semakin mendekati 1. Maka dapat dinyatakan bahwa model penelitian ini valid dan sesuai.

### R-Square

*R-Square* atau koefisien determinasi memiliki kegunaan untuk menilai kelayakan *inner model*. Pengukuran ini digunakan untuk menyatakan seberapa jauh mana kemampuan model penelitian untuk menjelaskan variabel. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) berkisar diantara 0 hingga 1, semakin mendekati 1 maka semakin besar pengaruh pada variabel tersebut.

**Tabel 8.** Nilai R-Square (Coefficient of Determination)

	<b>R Square</b>	<b>R Square Adjusted</b>
<b>Orientasi Kewirausahaan</b>	0.597	0.593
<b>Kinerja Penjualan</b>	0.591	0.579

Sumber: Data yang diproses, 2025

Pada tabel 4 menyatakan bahwa nilai *R-Square* pada orientasi kewirausahaan sebesar 0.597 yang menunjukkan bahwa 59.7% orientasi kewirausahaan dijelaskan variabel efikasi diri kewirausahaan, sedangkan 40.3% lainnya dijelaskan oleh variabel yang tidak diteliti oleh peneliti, atau di luar penelitian. Nilai *R-Square* pada kinerja penjualan sebesar 0.591 yang menunjukkan bahwa 59.1% kinerja penjualan dijelaskan variabel orientasi kewirausahaan, efikasi diri kewirausahaan, dan pemasaran kewirausahaan, sedangkan 40.9% lainnya dijelaskan oleh variabel yang tidak diteliti oleh peneliti, atau faktor di luar penelitian.

### F-Square

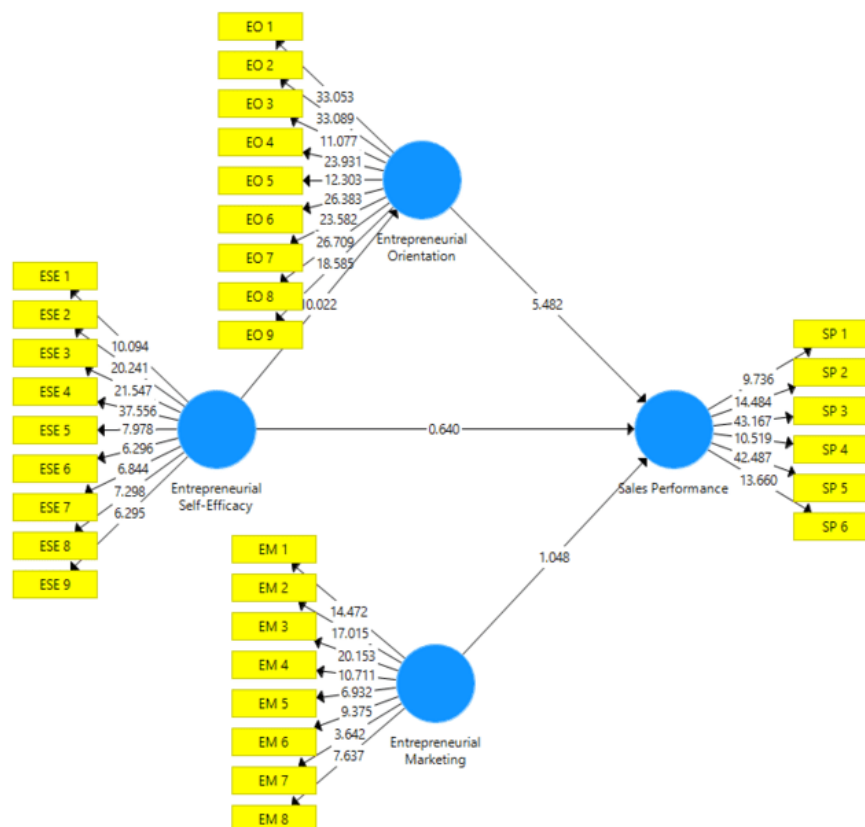
*F-Square* menyatakan seberapa penting kontribusi dari setiap variabel atas variabel-variabel yang diamati berdasarkan nilai atau besaran atas ukuran efek yang diberikannya. Pada tabel 5 di bawah dapat diketahui bahwa pemasaran kewirausahaan dan efikasi diri kewirausahaan memiliki dampak atau efek yang kecil terhadap kinerja penjualan. Sementara itu, orientasi kewirausahaan memiliki dampak yang besar terhadap kinerja penjualan, begitu juga dengan efikasi diri kewirausahaan memiliki dampak yang besar terhadap orientasi kewirausahaan sebagai variabel mediasi.

**Tabel 9.** Nilai F-Square

	<b>F-Square</b>	<b>Keterangan</b>
Pemasaran Kewirausahaan → Kinerja Penjualan	0.003	Kecil
Orientasi Kewirausahaan → Kinerja Penjualan	0.487	Besar
Efikasi Diri Kewirausahaan → Kinerja Penjualan	0.007	Kecil
Efikasi Diri Kewirausahaan → Orientasi Kewirausahaan	1.480	Besar

Sumber: Data yang diproses, 2025

Berdasarkan hasil pengujian-pengujian menggunakan SmartPLS di atas, menghasilkan diagram hasil uji model struktural sebagai berikut:



Gambar 2. Hasil Uji Model Struktural  
Sumber: Data yang diproses 2025

### Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan analisis diagram di atas, detail *path coefficient* dan signifikansinya dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 10. Path Coefficient

Hubungan Variabel	Antar	Koefisien Jalur ( $\beta$ )	T-Statistics	P-Value	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan	→	0.733	8.848	0.000	Signifikan
Efikasi Kewirausahaan	→	0.109	0.757	0.449	Tidak Signifikan
Pemasaran Kewirausahaan	→	-0.066	0.518	0.605	Tidak Signifikan
Efikasi Kewirausahaan	→	0.566	6.222	0.000	Signifikan

Sumber: Data yang diproses 2025

### Interpretasi *Path Coefficient*

Hasil analisis menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen dan mediasi

memiliki kontribusi yang berbeda terhadap Kinerja Penjualan *freelancer illustrator*. Setiap hubungan antar variabel memberikan gambaran mengenai bagaimana konsep-konsep kewirausahaan dapat memengaruhi kinerja penjualan *freelancer illustrator* dalam bekerja. Berikut adalah interpretasi dari *Path Coefficient*:

- a) Orientasi Kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Penjualan ( $\beta = 0.733$ ). Hal ini menunjukkan dengan menanamkan sifat-sifat yang berorientasi dengan kewirausahaan seperti berani mengambil risiko, inovatif, proaktif, mandiri, dan agresif, dapat meningkatkan Kinerja Penjualan *freelancer illustrator*. Karena dengan sifat-sifat ini dapat mendorong *freelancer illustrator* untuk lebih produktif dan meningkatkan evaluasi dalam mengerjakan pekerjaannya.
- b) Efikasi Diri Kewirausahaan memiliki pengaruh positif ( $\beta = 0.109$ ), namun tidak signifikan terhadap Kinerja Penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa efikasi diri hanya sampai pada tahap keyakinan belaka tanpa adanya bukti nyata pada kegiatan produktif, dan tidak memiliki pengaruh yang cukup besar hingga dapat mengubah hasil pada kinerja penjualan.
- c) Pemasaran Kewirausahaan juga memiliki pengaruh negatif, dan tidak signifikan terhadap Kinerja Penjualan ( $\beta = -0.066$ ). Hal ini menunjukkan bahwa melakukan pemasaran menggunakan konsep-konsep kewirausahaan tidak dapat meningkatkan Kinerja Penjualan dan mencapai keunggulan kompetitif yang signifikan.
- d) Efikasi Diri Kewirausahaan melalui Orientasi Kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Penjualan ( $\beta = 0.566$ ). Artinya, efikasi diri memiliki pengaruh terhadap Kinerja Penjualan setelah melalui proses mediasi penuh berdasarkan sifat-sifat Orientasi Kewirausahaan. Sebagaimana menurut Subagyo (1999), *full mediation* atau mediasi penuh berarti secara signifikan variabel independen tidak mampu mempengaruhi variabel dependen tanpa melalui variabel mediator. Hal ini juga menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dapat mengembangkan dan membuat dasar-dasar pada efikasi diri kewirausahaan menjadi sebuah bukti nyata pada kegiatan produktif, dan meningkatkan hasil pada kinerja penjualan

Hasil penelitian berdasarkan pada tabel 6 menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan, efikasi diri kewirausahaan, dan pemasaran kewirausahaan memiliki pengaruh yang berbeda terhadap kinerja penjualan. Berdasarkan hipotesis pertama (H1), yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja penjualan, didukung oleh hasil penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dapat berpengaruh dalam pembentukan dan pengembangan sikap seorang individu. Dengan individu mengadopsi jiwa kewirausahaan melalui pola pikir orientasi kewirausahaan dalam pengambilan keputusan dengan sifat-sifat berani mengambil risiko, inovatif, proaktif, mandiri, dan agresif (Amalleshwari & Jeevitha, 2023) merupakan salah satu nilai yang dapat berpengaruh terhadap peningkatan evaluasi dalam melayani konsumen dan juga penjualan. Hal ini sejalan dengan karakteristik responden yang sebagian besar berusia 40 tahun ke atas, sebesar 23%, sebagaimana pengalaman dan karakter yang sudah terbangun berdasarkan usia ini dapat sesuai dengan sifat-sifat orientasi kewirausahaan dapat menjadi kelebihan. Sehingga, orientasi kewirausahaan memiliki peran untuk membangun karakter *freelancer illustrator* dalam meningkatkan kinerja penjualan, yang berorientasikan pada sifat-sifat kewirausahaan. Hasil penelitian ini juga bertolak belakang dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan tidak adanya hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja penjualan

(Roswiyanti et al., 2023).

Sementara itu, hipotesis kedua (H2), yang menyatakan bahwa efikasi diri kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja penjualan; namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa efikasi diri kewirausahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kinerja penjualan ilustrator freelance. Hal ini menunjukkan bahwa dengan pemahaman diri yang lebih mendalam dan pengembangan sikap/karakter individu melalui efikasi diri kewirausahaan, tidak memiliki pengaruh terhadap peningkatan kinerja penjualan *freelancer illustrator*. Hal ini juga kemungkinan dipengaruhi oleh karakteristik responden yang sebagian besar baru menjalani profesi ini selama 1 tahun (45%), sebagaimana sebagian responden belum memiliki sikap yang terbangun dari dasar keyakinan yang diisyaratkan oleh efikasi diri kewirausahaan.

Pada hipotesis ketiga (H3), yang menyatakan bahwa pemasaran kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja penjualan, tetapi temuan penelitian tidak didukung. Hasilnya menunjukkan bahwa pemasaran kewirausahaan hanya memiliki efek negatif dan tidak meningkatkan kinerja penjualan ilustrator freelance. Ini menunjukkan bahwa pemasaran kewirausahaan merupakan salah satu elemen yang tidak beririsan dengan kinerja penjualan, sehingga tidak memiliki pengaruh terhadap peningkatan kinerja penjualan seorang *freelancer illustrator*. Hal ini juga mungkin dipengaruhi oleh karakteristik responden di mana sebagian besar responden menjalani profesi ini hanya sebagai penghasilan sampingan saja (81%), di mana sebagian besar mungkin menjalani ini hanya sebagai hobi atau pengisi waktu luang, atau sebagai uang saku tambahan, dan sudah memiliki pekerjaan utama dengan omset yang lebih tinggi, membuat sebagian besar pemasaran dilakukan apa adanya, tanpa melakukan pembangunan *image* sebagai *artist*. Hasil penelitian ini juga bertolak belakang dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan tidak adanya hubungan antara pemasaran kewirausahaan dengan kinerja penjualan (Wulan et al., 2021).

Sedangkan pada hipotesis keempat (H4), yang menyatakan efikasi diri kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja penjualan melalui orientasi kewirausahaan, didukung oleh hasil penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efikasi diri memiliki pengaruh terhadap kinerja penjualan setelah melalui proses mediasi penuh berdasarkan sifat-sifat orientasi kewirausahaan. Individu dapat lebih memahami dirinya sendiri melalui identifikasi berbasis efikasi diri kewirausahaan, maka individu dapat mengembangkan dirinya untuk menciptakan nilai lebih lanjut dengan menerapkan prinsip-prinsip orientasi kewirausahaan seperti sifat berani mengambil risiko, inovatif, proaktif, mandiri, dan agresif (Amaleshwari & Jeevitha, 2023), (Furtado Matos et al., 2020). Oleh karena itu, dengan mengembangkan nilai-nilai efikasi diri yang tinggi berguna untuk meningkatkan kemampuan individu dalam menerapkan prinsip-prinsip orientasi kewirausahaan, sehingga *freelancer illustrator* dapat meningkatkan kemampuan untuk menghasilkan produktivitas yang berkualitas dan juga meningkatkan kinerja penjualannya.

## SIMPULAN

Penelitian yang dilakukan pada ilustrator freelance di Jakarta menemukan bahwa ada banyak faktor yang memengaruhi kinerja penjualan. Orientasi kewirausahaan memiliki efek positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja penjualan, tetapi pemasaran kewirausahaan memiliki efek negatif dan tidak signifikan. Efisiensi diri meningkatkan kinerja penjualan, dan setelah dimediasi penuh, orientasi kewirausahaan dapat meningkatkan kinerja penjualan. Selain itu, penelitian ini

menunjukkan bahwa ada korelasi positif antara orientasi kewirausahaan dan efikasi diri freelancer ilustrator di Jakarta.

Penelitian ini memiliki sebuah kontribusi penting yang dapat menjelaskan hubungan antara orientasi kewirausahaan, efikasi diri kewirausahaan, dan pemasaran kewirausahaan dengan kinerja penjualan dalam konteks *freelancer illustrator*. Secara teoritis, efikasi diri saja tidak dapat memberikan pengaruh terhadap pengembangan karakter, namun harus didampingi oleh faktor-faktor lain seperti orientasi kewirausahaan. Selain itu, konsep-konsep pada pemasaran kewirausahaan juga hanyalah salah satu dimensi dalam pemasaran saja dan tidak bisa dilakukan hanya dengan prinsip kewirausahaan saja, harus didampingi dengan faktor-faktor lainnya. Secara praktis, orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan dalam pembentukan karakter dan tidak hanya terpaku untuk wirausahawan saja, sebagaimana pada penelitian ini membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan juga dapat membangun karakter *freelancer illustrator* untuk meningkatkan kinerja penjualannya.

Beberapa keterbatasan juga dialami dalam penyusunan penelitian ini, yang pertama adalah keterbatasan dalam cakupan penelitian hanya meneliti *freelancer illustrator* pada lingkup daerah Jakarta saja. Keterbatasan yang kedua, adanya variabel lain yang mempengaruhi kinerja penjualan dan masih belum terukur, sehingga penelitian memiliki kendala akan banyaknya faktor lain yang ikut mempengaruhi.

Untuk penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan geografis sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih besar dan melibatkan lebih banyak responden dalam prosesnya. Selain itu, disarankan juga untuk melakukan penelitian lain berdasarkan variabel orientasi kewirausahaan, efikasi diri kewirausahaan, pemasaran kewirausahaan, dan kinerja penjualan dalam konteks yang berbeda. Hal ini dikarenakan adanya sebuah kemungkinan bahwa variabel-variabel tersebut dapat diteliti lebih maksimal pada konteks lain.

## REFERENSI

- Aloulou, W. J. (2023). Be innovative and resilient: Empirical evidence from Saudi firms on how to translate entrepreneurial orientation into firm performance. *Administrative Sciences*, 13(7), 168.
- Amalleshwari, U. A., & Jeevitha, R. (2023). Entrepreneurial orientation and circular business practices: A conceptual framework. *Journal of Management and Public Policy*, 14(2), 16–26.
- Badan Pusat Statistik. (2023). Berita Resmi Statistik No. 35/05/Th. XXVI, 5 Mei 2023. *Badan Pusat Statistik*, 35, 1–6.
- Economics, T. (2023). *Unemployment Rate - Asia - By Country*.
- Furtado Matos, C. M., Lizote, S. A., Teston, S. de F., Zawadzki, P., & Gama Guerra, M. C. A. (2020). ENTREPRENEURIAL EDUCATION INFLUENCE ON THE DEVELOPMENT OF SELF-EFFICACY AND ENTREPRENEURIAL COMPETENCES. *Brazilian Journal of Management/Revista de Administração Da UFSM*, 13.
- Gameti, D. (1970). Re-Evaluating entrepreneurial marketing dimension in the pursuit of SME innovation and growth. *Journal of Business Strategies*.
- HENDRA, L. P., & ATIK, L. (2023). Pengaruh Desain Produk, Gaya Hidup, Kepercayaan Merek Dan Pengalaman Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda PCX Di

- Kota Klaten. *MASIP: JURNAL MANAJEMEN ADMINISTRASI BISNIS DAN PUBLIK TERAPAN* *Учредитель: Политехник Кампар*, 1(2), 92–117.
- Hendriyanto, A. (2016). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUALAN. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 7(2), 17–31.
- Milovanović, B. M., Grčić Fabić, M., & Bratić, V. (2023). Strategic approach to configurational analysis of entrepreneurial orientation, strategic networking, and SME performance within emerging markets of selected Southeast European countries. *Administrative Sciences*, 13(2), 52.
- Ndofirepi, T. M. (2022). The effect of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial self-identity on entrepreneurial goal intentions of female and male college students in Zimbabwe. *Administrative Sciences*, 12(4), 180.
- Nugraha, E. (2014). *Analisis dan pengukuran Technology Acceptance Model (TAM) dan End User Computing Satisfaction (EUCS) terhadap penerimaan penerapan sistem input nilai dosen (SINDO)*. 2014.
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J.-M. (2015). *SmartPLS 3 (3.2.9)*. SmartPLS.
- Rocha, A. K. L., Moraes, G. H. S. M., Voda, A. I., & Quadros, R. (2023). Comparative analysis of entrepreneurial intention models: Self-efficacy versus entrepreneurial characteristics. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 24(4), eRAMG230209.
- Roswiyanti, R., Widiawati, A., Alpiani, & Muhtazib. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Strategi Bersaing Terhadap Kinerja Penjualan Usaha Rumahan Kerajinan Rotan di Kota Makassar. *Accounting Profession Journal (APAJI)*, 5(2), 62–75. <https://doi.org/https://doi.org/10.35593/apaji.v5i2.115>
- Safii, A. (2021). *Technical skill, salesmanship skill dan sales experience untuk meningkatkan sales performance (Studi pada dealer CV Muncul Jaya)*. Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
- Sari, A. (2017). *Pengaruh kepuasan kerja, penjualan adaptif, dan orientasi pelanggan terhadap kinerja tenaga penjual di PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk. (Cabang Bandung)*. Politeknik Negeri Bandung.
- Statistik, B. P. (2021). Berita resmi statistik. *Bps. Go. Id*, 27(1), 52.
- Subagyo, P. J. (1999). *Metode Penelitian: Dalam Teori dan Praktik*.
- Suwarno, H. L., Margaretha, Y., & Zirho, R. K. (2026). Eudaimonic wellbeing and parental influence on student's entrepreneurial orientation and intention. *Humanities and Social Sciences Letters*, 14(1), 202–219.
- Vázquez-Parra, J. C., Alonso-Galicia, P. E., Cruz-Sandoval, M., Suárez-Brito, P., & Carlos-Arroyo, M. (2023). Social entrepreneurship, complex thinking, and entrepreneurial self-efficacy: correlational study in a sample of Mexican students. *Administrative Sciences*, 13(4), 104.
- Vieira, V. A., Jones, E., Faia, V. da S., Silva, J. D. da, & Negreiros, L. F. de. (2022). The moderating role of self-efficacy in the relationship between control systems and sales performance. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 42(2), 158–180.
- Wulan, H. S., Agustina, F., & Harini, C. (2021). Model Pemasaran Kewirausahaan melalui Digital Marketing sebagai Pemoderasi untuk Meningkatkan Kinerja Penjualan UMKM Kota

Semarang. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02), 459401.

Yamanhadi, B. (2022). *Pengaruh kualitas layanan, citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan KFC cabang Salemba Raya* [Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta]. <http://repository.stei.ac.id/6706/>

Yang, M., Gabrielsson, P., & Andersson, S. (2023). Entrepreneurs' social ties and international digital entrepreneurial marketing in small and medium-sized enterprise internationalization. *Journal of International Marketing*, 31(4), 1–22.

Yu, J., & Zhou, J. (2023). The development of entrepreneurial marketing. *Modern Science Research Archieve*.