

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kompetensi usaha, kreativitas strategi pemasaran, dan akses permodalan terhadap kinerja usaha mahasiswa program pembinaan mahasiswa wirausaha tahun 2023. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa P2MW yang mengikuti KMI EXPO yang ke XIV di Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja Bali. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 120 mahasiswa atau peserta, data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner *g-form* dan *paper form* dan diolah dengan menggunakan spss 20.0 sebagai alat analisisnya. Dari ketiga variabel yang dihitung menunjukkan bahwa kompetensi Usaha diketahui uji t terhadap variabel kompetensi usaha (X1) memiliki t-hitung sebesar $4.299 > 1.981$ t-tabel, dengan derajat signifikan $t 0.000 < 0,05$. Sedangkan kreativitas strategi pemasaran juga memiliki pengaruh, diketahui uji t terhadap variabel kompetensi usaha (X2) memiliki t-hitung sebesar $5.723 > 1.981$ t-tabel, dengan derajat signifikan $t 0.000 < 0,05$. Dan diketahui uji t terhadap variabel akses permodalan (X3) memiliki t-hitung sebesar $2.952 > 1.981$ t-tabel, dengan derajat signifikan $t 0.004 < 0,05$. Karena derajat signifikansi t lebih kecil dari 0.05, maka kesimpulan yang didapatkan yakni bahwa secara parsial variabel akses permodalan (X3) memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kinerja usaha (Y). Sedangkan uji koefisien determinasi (r) di atas diketahui bahwa Adjusted R Square sebesar 0,876. Nilai 0,876 dapat diartikan variabel Akses Permodalan, Kompetensi Usaha, dan Kreativitas Strategi Pemasaran mempengaruhi Kinerja Usaha (Y) sebesar 87,6%.

Kata Kunci : Kompetensi Usaha, Kreativitas Strategi Pemasaran, Akses Permodalan, Kinerja Usaha dan Kewirausahaan

Abstract

*This research aims to determine the influence of business competency, marketing strategy creativity, and access to capital on the business performance of students in the 2023 entrepreneurial student development program. The respondents in this research are P2MW students who took part in the XIV KMI EXPO at the Ganesha University of Education, Singaraja Bali. There were 120 respondents to this research, data was collected through distributing g-form and paper form questionnaires and processed using SPSS 20.0 as an analysis tool. Of the three variables calculated, it shows that competence. It is known that the *t* test on the business competence variable (X1) has a *t*-count of 4,299 > 1,981 *t*-table, with a significant degree of *t* 0.000 < 0.05. Meanwhile, marketing strategy creativity also has an influence. It is known that the *t* test on the business competency variable (X2) has a *t*-count of 5,723 > 1,981 *t*-table, with a significant degree of *t* 0,000 < 0.05. And it is known that the *t* test on the variable access to capital (X3) has a *t*-count of 2,952 > 1,981 *t*-table, with a significant degree of *t* 0.004 < 0.05. Because the significance degree of *t* is smaller than 0.05, the conclusion obtained is that partially the variable access to capital (X3) has a positive and significant influence on the business performance variable (Y). Meanwhile, the coefficient of determination test (*r*) above shows that the Adjusted R Square is 0.876. A value of 0.876 can be interpreted as the variables Access to Capital, Business Competence, and Marketing Strategy Creativity influencing Business Performance (Y) by 87.6%.*

Keywords: *Business Competence, Marketing Strategy Creativity, Access to Capital, Business Performance and Entrepreneurship*