

**PERAN KEPEMIMPINAN KEWIRAUSAHAAN DAN IMPLEMENTASI
PEMASARAN DIGITAL DALAM MEMBANGUN KEUNGGULAN
KOMPETITIF UMKM F&B DI YOGYAKARTA DENGAN
MODERASI UKURAN BISNIS**

FARHAN RAMADHAN

NIM. 141220176

141220176@student.upnyk.ac.id

Mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

ABSTRACT

This explanatory research aims to analyze the effect of entrepreneurial leadership and digital marketing implementation on competitive advantage, with business size as a moderating variable in micro, small, and medium enterprises (MSMEs) within the food and beverage (F&B) sector in Yogyakarta. A quantitative survey was conducted by distributing questionnaires to 70 business owners or managers, followed by data analysis using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) via SmartPLS 4.1. The results indicate that entrepreneurial leadership and digital marketing implementation have a positive and significant effect on competitive advantage. As an empirical novelty, business size (measured by firm age, number of employees, and monthly sales) is proven not to moderate these effects. These findings challenge the assumptions of prior literature by proving that the competitiveness of F&B MSMEs is inclusive; the quality of strategic leadership and technological agility can independently create competitive advantages without relying on firm maturity or operational scale. This research enriches the strategic management literature through the application of the Resource-Based View (RBV) theory by testing the potential of business size as a boundary condition, emphasizing the crucial role of intangible assets in the MSME sector.

Keywords: business size; competitive advantage; digital marketing implementation; entrepreneurial leadership; explanatory research; F&B MSMEs

ABSTRAK

Penelitian eksplanatori ini bertujuan menganalisis pengaruh kepemimpinan kewirausahaan dan implementasi pemasaran digital terhadap keunggulan kompetitif, dengan ukuran bisnis sebagai variabel moderasi pada UMKM sektor makanan dan minuman (food and beverage/F&B) di Yogyakarta. Survei kuantitatif dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 70 pemilik atau pengelola usaha, lalu dianalisis menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan SmartPLS 4.1. Hasil menunjukkan kepemimpinan kewirausahaan dan pemasaran digital berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Sebagai kebaruan empiris, ukuran bisnis (diukur melalui lama usaha, jumlah tenaga kerja, dan omzet bulanan) terbukti tidak memoderasi pengaruh tersebut. Temuan ini memberikan perspektif berbeda terhadap literatur terdahulu dengan membuktikan daya saing UMKM F&B bersifat inklusif; kualitas kepemimpinan strategis dan kelincahan teknologi mampu menciptakan keunggulan mandiri tanpa bergantung pada kematangan usia maupun skala operasional. Penelitian ini memperkaya literatur manajemen strategis melalui penerapan Resource-Based View (RBV) dengan menguji potensi ukuran bisnis sebagai batasan kondisi (boundary condition) yang menegaskan urgensi aset tak berwujud pada sektor UMKM.

Kata kunci: ukuran bisnis; keunggulan kompetitif; implementasi pemasaran digital; kepemimpinan kewirausahaan; penelitian eksplanatori; UMKM F&B