

ABSTRAK

UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, dengan banyak pemerintah daerah menekankan pada pemberdayaan UMKM. Sektor ini memberikan kontribusi besar terhadap PDB negara, menciptakan peluang kerja, dan mengurangi angka pengangguran. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *entrepreneurial competency*, *marketing capability*, *technology usage*, *finansial resources*, dan *knowledge sharing* terhadap keberhasilan usaha pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di bidang fashion di Kawasan Trunojoyo Bandung.

Metode kuantitatif dan kuesioner digunakan untuk pengumpulan data, dan analisis data menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM)*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari jawaban responden terhadap pertanyaan yang ada dalam kuesioner berupa nilai atau skor.

Hasil uji t menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif antara variabel *Entrepreneurial Competency (X1)*, *Marketing Capability (X2)*, *Financial Resources (X3)*, dan *Technology Usage (X4)* terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Fashion di Kawasan Trunojoyo Bandung. Nilai t statistics untuk variabel X1, X2, dan X4 lebih besar dari nilai t tabel pada tingkat signifikansi 0,05, sedangkan nilai p values untuk ketiga variabel tersebut kurang dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel X1, X2, dan X4 berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha UMKM Fashion di kawasan tersebut. Namun, untuk variabel *Knowledge Sharing (X5)*, hasil uji menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Fashion di kawasan tersebut, karena *nilai t statistics* dan *p values* untuk variabel X5 tidak memenuhi kriteria signifikansi pada tingkat 0,05.

Kata kunci: *Entrepreneurial Competency, Marketing Capability, Technology Usage, Finansial Resources, Knowledge Sharing*