

SKRIPSI

PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI  
KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI TEKNOLOGI  
TERHADAP KINERJA UMKM DENGAN LINGKUNGAN  
EKSTERNAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: LING LING FORTUNA

NPM: 125180557

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT  
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2022

UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : LING LING FORTUNA  
NIM : 125180557  
PROGRAM / JURUSAN : S1 / AKUNTANSI  
KONSENTRASI : AKUNTANSI KEUANGAN MENENGAH  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI  
KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI  
TEKNOLOGI TERHADAP KINERJA UMKM  
DENGAN LINGKUNGAN EKSTERNAL SEBAGAI  
VARIABEL MODERASI

Jakarta, 6 Januari 2022

Pembimbing,

  
F. X. Kurniawan Teakawala, S.E., M.St., Ak., CA

Lampiran 8. Contoh Halaman Pengesahan Skripsi oleh Penguji

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

HALAMAN PENGESAHANSKRIPSI

NAMA : LING LING FORTUNA

NPM : 125180557

PROGRAM JURUSAN : S1 / AKUNTANSI

KONSENTRASI : AKUNTANSI KEUANGAN MENENGAH

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI PASAR,  
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN  
ORIENTASI TEKNOLOGI TERHADAP  
KINERJA UMKM DENGAN LINGKUNGAN  
EKSTERNAL SEBAGAI VARIABEL  
MODERASI

Tanggal: Ketua Panitia :

Tanggal: Anggota Panitia :

Tanggal: Anggota Panitia :

UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA

PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN  
ORIENTASI TEKNOLOGI TERHADAP KINERJA UMKM DENGAN  
LINGKUNGAN EKSTERNAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI

**Abstract:** This study aims to verify of the relationship between market orientation, entrepreneurship orientation, technology orientation to Small Medium Enterprise (SME) performance, and also to examine the moderating effect of external environment on the relationship between market orientation, entrepreneurial orientation, and performance of SMEs. Quantitative research design was applied on this research. The data used in this research consists of primary data and collected from SME entrepreneurs in DKI Jakarta, Indonesia by using Google Forms, which are distributed online. This study uses purposive sampling method and 173 samples was successfully collected. The collected samples will be analyzed using SmartPLS 3.3.3 and SPSS ver.23 with PLS-SEM analysis. The result showed that market orientation, entrepreneurial orientation, and technology orientation were significant predictors of SME performance. Furthermore, moderating effect of external environment on relationships between market orientation, entrepreneurial orientation and SME performance was also found significant. The implication of this study shows that market orientation, entrepreneurial orientation, technology orientation, and external environment will give an influence on SME performance to be better.

**Keywords:** Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, Technology Orientation External Environment

**Abstrak:** Tujuan penelitian ini adalah untuk memverifikasi hubungan antara market orientation, entrepreneurial orientation, technology orientation terhadap kinerja UMKM, dan juga untuk memeriksa pengaruh moderasi dari lingkungan eksternal terhadap hubungan antara market orientation, entrepreneurial orientation dengan kinerja UMKM. Desain penelitian kuantitatif diaplikasikan pada penelitian ini. Data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer dan dikumpulkan dari pelaku UMKM di DKI Jakarta, Indonesia dengan Google Form yang didistribusikan secara daring. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dan berhasil mengumpulkan sebanyak 173 sampel. Sampel yang telah terkumpul akan di analisis menggunakan SmartPLS 3.3.3 dan SPSS versi 23 dengan analisis PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

market orientation, entrepreneurial orientation dan technology orientation berpengaruh signifikan sebagai prediktor terhadap kinerja UMKM. Selain itu, terdapat pengaruh moderasi yang signifikan dari lingkungan eksternal pada hubungan antara market orientation, entrepreneurial orientation dengan kinerja UMKM. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan market orientation, entrepreneurial orientation, technology orientation dan lingkungan eksternal dapat memberikan pengaruh pada kinerja UMKM yang lebih baik.

Kata Kunci: Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, Technology Orientation External Environment

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat-Nya penyusunan skripsi berjudul “Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Teknologi terhadap Kinerja UMKM dengan Lingkungan Eksternal sebagai Variabel Moderasi.” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Tarumanagara. Selain itu, penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan peneliti dalam hal memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan terutama dalam bidang ekonomi.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis telah mendapat banyak bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Segala bantuan dan dukungan yang diberikan membuat penulis termotivasi dalam mengatasi hambatan serta kesulitan yang ada. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak F. X. Kurniawan Tjakrawala, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku dosen pembimbing yang telah sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing dan mengarahkan penulis untuk dapat menyusun skripsi ini dengan sangat baik.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmojo, S.E., M.M., M.B.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Hendro Lukman, S.E., M.M., Ak., CA., CPMA., CPA (Aust)., CSRS. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Ibu Elsa Imelda, S.E., M.Si., Ak. selaku Ketua Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Seluruh dosen dan staf pengajar yang telah membagikan ilmu untuk memperluas pengetahuan penulis baik di bidang akademis maupun non-akademis.

6. Seluruh anggota keluarga dan saudara yang senantiasa telah mendoakan, memberikan kasih sayang, dan mendukung penulis dalam menimba ilmu.
7. UKM KMB Dharmayana dan Ikatan Mahasiswa Akuntansi Tarumanagara (IMAKTA) yang telah menjadi wadah bagi penulis untuk berorganisasi dan mengembangkan diri.
8. Seluruh sahabat dan teman penulis yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menjalani skripsi ini maupun perjalanan penulis menempuh pendidikan.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, namun telah memberikan bantuan serta dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas kesalahan tersebut. Penulis juga menerima kritik dan saran yang membangun sehingga dapat berguna bagi penulis sendiri maupun pembaca pada umumnya.

Pekanbaru, 7 Januari 2021  
Penulis,



Ling Ling Fortuna

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan .....	1
1. Latar Belakang Masalah .....	1
2. Identifikasi Masalah.....	6
3. Batasan Masalah .....	6
4. Rumusan Masalah .....	6
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
1. Tujuan Penelitian .....	7
2. Manfaat Penelitian .....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Gambaran Umum Teori .....	9
B. Definisi Konseptual Variabel .....	10
C. Kaitan Antara Variabel-Variabel .....	17
D. Penelitian Relevan .....	19
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis .....	20
BAB III METODE PENELITIAN .....	23
A. Desain Penelitian .....	23
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel.....	23



C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen.....	24
D. Analisis Data.....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
A. Deskripsi Subjek Penelitian .....	36
B. Deskripsi Objek Penelitian.....	36
C. Hasil Uji Asumsi Analisis Data .....	45
D. Analisis Hipotesis Penelitian .....	59
E. Pembahasan .....	67
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>72</b>
A. Kesimpulan .....	72
B. Keterbatasan .....	74
C. Saran dan Implikasi.....	74
1. Saran.....	74
2. Implikasi .....	74
<b>DAFTAR BACAAN.....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>133</b>
<b>HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN .....</b>	<b>134</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>135</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Populasi Usaha Kecil Menengah di DKI Jakarta .....	24
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel dan Instrumen .....	25
Tabel 3.3	5-point likert scale .....	29
Tabel 4.1	Analisis Deskriptif Usia Responden .....	37
Tabel 4.2	Analisis Deskriptif Jenis Kelamin Responden .....	38
Tabel 4.3	Analisis Deskriptif Lama Bekerja Responden.....	39
Tabel 4.4	Analisis Deskriptif Jabatan Responden .....	39
Tabel 4.5	Analisis Deskriptif Pendidikan Responden .....	40
Tabel 4.6	Analisis Deskriptif Bidang Usaha Responden.....	41
Tabel 4.7	Market Orientation dalam Analisis Deskriptif .....	42
Tabel 4.8	Entrepreneurial Orientation dalam Analisis Deskriptif .....	42
Tabel 4.9	Technology Orientation dalam Analisis Deskriptif .....	42
Tabel 4.10	External Environment dalam Analisis Deskriptif .....	43
Tabel 4.11	SME Performance dalam Analisis Deskriptif .....	43
Tabel 4.12	Outer Loading pada Path Model 1 sebelum Estimasi Ulang .....	47
Tabel 4.13	Outer Loading pada Path Model 2 sebelum Estimasi Ulang .....	48
Tabel 4.14	Outer Loading pada Path Model 3 sebelum Estimasi Ulang .....	48
Tabel 4.15	Outer Loading Path Model 1 setelah Estimasi Ulang .....	49
Tabel 4.16	Outer Loading Path Model 2 setelah Estimasi Ulang .....	50

Tabel 4.17 Outer Loading Path Model 2 setelah Estimasi Ulang .....	50
Tabel 4.18 Construct Reability and Validity Path Model 1.....	51
Tabel 4.19 Construct Reability and Validity Path Model 2.....	51
Tabel 4.20 Construct Reability and Validity Path Model 3.....	51
Tabel 4.21 Cross-loading Path Model 1.....	52
Tabel 4.22 Cross-loading Path Model 2.....	52
Tabel 4.23 Cross-loading Path Model 3.....	53
Tabel 4.24 R-square Path Model 1.....	56
Tabel 4.25 R-square Path Model 2.....	56
Tabel 4.26 R-square Path Model 3.....	56
Tabel 4.27 f-square Path Model 1 .....	57
Tabel 4.28 f-square Path Model 2 .....	57
Tabel 4.29 f-square Path Model 3 .....	57
Tabel 4.30 Q-square Path Model 1 .....	58
Tabel 4.31 Q-square Path Model 2 .....	58
Tabel 4.32 Q-square Path Model 3 .....	59
Tabel 4.33 Path Coefficient Path Model 1 .....	60
Tabel 4.34 Path Coefficient Path Model 2 .....	61
Tabel 4.35 Path Coefficient Path Model 3 .....	62
Tabel 4.36 Nilai f-square Moderasi .....	64
Tabel 4.37 Tabel Uji Hipotesis Penelitian .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 3.1	Model Penelitian .....	35
Gambar 4.1	Path Model 1 .....	45
Gambar 4.2	Path Model 2.....	46
Gambar 4.3	Path Model 3.....	46
Gambar 4.4	PLS Algorithm Path Model 1.....	54
Gambar 4.5	PLS Algorithm Path Model 2.....	54
Gambar 4.6	PLS Algorithm Path Model 3.....	54
Gambar 4.7	PLS Bootstrapping Path Model 1 .....	60
Gambar 4.8	PLS Bootstrapping Path Model 2 .....	61
Gambar 4.9	PLS Bootstrapping Path Model 3 .....	62
Gambar 4.10	PLS Simple Slope Analysis Path Model 2.....	64
Gambar 4.11	PLS Simple Slope Analysis Path Model 3.....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar Kuesioner .....	85
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian .....	86
Lampiran 3 Penelitian Relevan .....	90
Lampiran 4 Ringkasan Sampel Kuesioner.....	96
Lampiran 5 Jawaban Responden terhadap Indikator MO .....	96
Lampiran 6 Jawaban Responden terhadap Indikator EO.....	100
Lampiran 7 Jawaban Responden terhadap Indikator TO.....	103
Lampiran 8 Jawaban Responden terhadap Indikator EE .....	107
Lampiran 9 Jawaban Responden terhadap Indikator SP .....	111
Lampiran 10 Output SPSS versi 21 .....	115
Lampiran 11 Hasil SPSS versi 23.....	117
Lampiran 11 Hasil Output SmartPLS versi 3.3.3 .....	117

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Permasalahan

#### 1. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan World Bank (2021), UMKM memegang peran utama dalam perekonomian terutama pada negara berkembang. Hal ini terlihat dari peran UMKM yang memberikan kontribusi pada penciptaan lapangan kerja yang mencapai 90% dengan persentase tenaga kerja 50% di seluruh dunia serta memacu pertumbuhan ekonomi global dengan sumbangan GDP sebesar 40% dalam perekonomian dunia yang pesat ini. Indonesia termasuk salah satu negara dengan potensi basis ekonomi nasional yang kuat dikarenakan Indonesia mempunyai banyak UMKM, terutama usaha mikro, dengan daya serap tenaga kerjanya yang sangat besar (DJKN Kementerian Keuangan RI, 2020). Dengan data milik Kementerian Koperasi dan UKM RI yang mencatat jumlah UMKM di Indonesia saat ini mencapai 64,2 juta dengan penyerapan tenaga kerja sebesar 97% dari total tenaga kerja yang serta kontribusi terhadap PDB terhadap perekonomian sebesar 61,07%, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI (2021) dan BKPM (2021) berargumen bahwa tingginya jumlah UMKM tersebut tentunya mendatangkan berbagai tantangan dan juga kondisi pandemi COVID-19 ini dapat dijadikan momentum bagi UMKM untuk mengakselerasi transformasi digital akibat adanya dorongan perubahan pola konsumsi masyarakat.

Permasalahan yang dihadapi UMKM akibat pandemi, antara lain: perubahan pola konsumsi masyarakat akan barang dan jasa yang beralih dari offline ke online, adanya permasalahan tenaga kerja akibat kebijakan pemerintah (contoh: Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB)), kesulitan dalam distribusi bahan baku dan produk (BKPM, 2021). Menurut Menteri

Koperasi dan UKM, mengikutsertakan usahanya ke marketplace atau memasarkan produknya secara digital merupakan salah satu strategi yang dapat dilakukan UMKM untuk mempertahankan usahanya di masa pandemi (CNBC Indonesia, 2021). Menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI (2021), Indonesia masih memiliki potensi digital ekonomi yang terbuka lebar, karena populasinya yang sangat besar dengan penetrasi internet yang telah menjangkau 196,7 juta orang. Pengimplementasian teknologi internet ini terbukti mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional (Dianari, 2019).

Selain mengimprovisasi cara dalam melakukan usaha dari konvensional ke digital, UMKM mampu bertahan ditengah kondisi lingkungan yang tidak pasti tentunya perlu diiringi dengan penerapan strategi yang baik. Beberapa penelitian sebelumnya mendemonstrasikan bahwa terdapat nilai dari entrepreneurial, market dan technology orientation dalam mendorong efisiensi UMKM (Alnawas dan Farha, 2020). Menurut Tian et al. (2019), ada hal lain yang perlu diperhatikan agar sebuah bisnis dapat bertahan adalah pasar usaha yang selalu berubah secara konstan dikarenakan beberapa faktor eksternal. Kemampuan pelaku usaha dalam merespon setiap perubahan inilah yang dapat mengarahkan usahanya tetap sukses dalam kondisi bisnis sekarang. Orientasi strategi menekankan tentang bagaimana sebuah perusahaan perlu berkolaborasi dengan pihak eksternal, seperti: pesaing, konsumen dan teknologi (Asghari dan Amani, 2016).

Dalam menghadapi beragam tantangan dalam pasar bisnis, market orientation menjadi salah satu aspek penting yang perlu diadopsi bagi pelaku bisnis (Asad et al., 2020). Market orientation diperlukan oleh perusahaan untuk mengawasi perubahan kebutuhan konsumen, memastikan dampak dari perubahan kepuasan konsumen, meningkatkan inovasi produk, dan juga menentukan implementasikan strategi yang akan meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaannya (Mahmoud et al.,

2016; Masa'deh et al., 2016). Penelitian yang dilakukan oleh Asad et al. (2020) dan Hassim et al. (2016) menemukan bahwa market orientation berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Akan tetapi, penelitian milik Pett et al. (2019) dan Obeidat (2016) memberikan hasil yang berlawanan, yakni market orientation tidak memberikan pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

Selain market orientation, faktor penting lainnya dalam mendorong kesuksesan sebuah bisnis adalah entrepreneurial orientation. Dalam penelitian milik Semrau et al. (2016) mengilustrasikan bahwa entrepreneurial orientation mempunyai hubungan yang signifikan dalam mendukung kesuksesan UMKM dan juga merupakan prinsip umum dan legal dalam beragam bisnis. Hal tersebut didukung oleh beberapa peneliti yang menemukan bahwa entrepreneurial orientation memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM (Pett et al. 2019; Asad et al., 2020); dan Abdulrab et al., 2021).

Dalam era digital ini, penggunaan teknologi adalah hal yang dibutuhkan oleh setiap individu, terutama pelaku usaha. Technology orientation merupakan sumber utama dalam pertumbuhan usaha dan kemajuan pasar pada jenis bisnis yang beragam (Masa'deh et al., 2018). Kumar et al. (2019) menyatakan bahwa pentingnya konsumen dan kinerja perusahaan jangka panjang didasarkan pada penemuan inovatif dari berbagai hal teknis, produk, fasilitas ataupun prosedur. Sehubungan dengan hal ini, penelitian Ali et al. (2016) dan Abdulrab et al. (2021) menemukan bahwa technology orientation memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Namun, dalam penelitian milik Obeidat (2016) ditemukan bahwa technology orientation tidak memberikan pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

Alasan utama dibalik ketidakstabilan kinerja UMKM adalah lingkungan bisnis yang dinamis dan menantang (Asad et al., 2020).



Sehingga perlu adanya kesiapan dalam menghadapi kondisi lingkungan bisnis yang tidak pasti pada masa sekarang ini. Pemberdayaan UMKM untuk menyesuaikan dan menelaraskan usaha dengan lingkungan eksternalnya dapat memberikan partisipasi yang lebih aktif dalam mendorong dan meningkatkan kinerjanya serta pertumbuhan ekonomi juga akan lebih baik (OECD, 2017).

Hasil penelitian Hassim et al. (2016) dan Asad et al. (2020) menunjukkan bahwa external environment memiliki pengaruh dalam hubungan antara market orientation dengan kinerja UMKM. Sehubungan dengan hal tersebut, penelitian milik Fu et al. (2021) juga menemukan bahwa external environment memiliki pengaruh moderasi dalam hubungan antara entrepreneurial orientation dengan kinerja UMKM. Akan tetapi, dalam penelitian Kurniawan et al. (2019) menunjukkan jika external environment tidak memiliki pengaruh moderasi antara entrepreneurial orientation dengan kinerja perusahaan.

Adanya ketidakserasian dari beberapa hasil penelitian yang telah dijabarkan memotivasi peneliti untuk melangsungkan penelitian ini. Meskipun telah banyak penelitian yang mengulas lingkup obyek ini, dimana mayoritas studi membahas tentang entrepreneurial orientation sebagai variabel mediasi antara strategic orientation dengan kinerja UMKM (Ali et al., 2020) serta pengaruh entrepreneurial orientation ataupun market orientation secara langsung terhadap kinerja UMKM. Namun, belum ditemukan publikasi penelitian yang fokus membahas tentang ketiga komponen orientasi strategi ini terhadap kinerja UMKM dengan lingkungan eksternal sebagai variabel moderasi di Indonesia. Maka dari itu, hal tersebut mendorong peneliti untuk melangsungkan penelitian ini demi memberikan sumbangsih terhadap hasil riset yang mengandung state of art dalam hal kebaruan dan orisinalitas isu dan hasil penelitian di Indonesia.

Acuan dalam penelitian ini diambil dari beberapa referensi penelitian sebelumnya, diantaranya yaitu penelitian milik Asad et al. (2020) yang meneliti pengaruh total quality management, entrepreneurial orientation, dan market orientation terhadap SME performance dengan external environment sebagai variabel moderasi. Selain itu, penelitian ini juga mengacu dari jurnal Masa'deh et al. (2018) dan Abdulrab et al. (2021) yang meneliti tentang pengaruh strategic orientation yang mencakup market orientation, entrepreneurial orientation, dan technology orientation terhadap SME performance. Jurnal-jurnal terdahulu yang terkait dengan topik serupa juga dijadikan acuan untuk mendukung hasil penelitian yang ada.

Keputusan dipilihnya strategic orientation dengan dimensi market orientation, entrepreneurial orientation dan technology orientation sebagai obyek penelitian karena sebuah UMKM harus mengimplementasikan strategi kompetitif yang dapat merespon dan mengantisipasi perkembangan eksternal dalam iklim pasar mereka (Abdulrab et al., 2021). Obyek penelitian tersebut juga telah diteliti dalam dua dekade terakhir dan menunjukkan pengaruh terhadap efisiensi kinerja UMKM dalam negara berkembang (Jogaratnam, 2017). Pertimbangan penambahan variabel moderasi, external environment, disebabkan karena external environment merupakan faktor-faktor dari luar ruang lingkup perusahaan yang berpotensi dapat mempengaruhi sebuah perusahaan (Indris dan Primiana, 2015).

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas, hal tersebut mendorong peneliti untuk melaksanakan penelitian mengenai “Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Teknologi terhadap Kinerja UMKM dengan Lingkungan Eksternal sebagai Variabel Moderasi”.

## 2. Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang bisa diidentifikasi dari penjabaran latar belakang di atas, antara lain:

1. Seiring perkembangan zaman, bisnis UMKM dituntut untuk dapat memahami seberapa besar pengaruh strategi bisnis mereka agar dapat bertahan di pasar bisnis yang semakin ketat.
2. Implementasi orientasi strategi pada UMKM belum sepenuhnya berdasar pada lingkungan eksternal bisnis mereka.
3. Adanya penemuan-penemuan penelitian yang tidak menunjukkan hasil yang selaras dan konsisten.

## 3. Batasan Masalah

Meskipun ada banyak hal yang dapat meningkatkan kinerja UMKM untuk memperoleh keunggulan kompetitif, peneliti tetap membatasi ruang lingkup penelitian yang akan dilakukan. Peneliti hanya membatasi orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan orientasi teknologi sebagai variabel independen, kinerja UMKM sebagai variabel dependen dan lingkungan eksternal sebagai variabel moderasi. Penelitian ini juga hanya diberlakukan pada UMKM di DKI Jakarta yang bergerak di sektor barang kebutuhan sehari-hari, makanan dan minuman, fashion dan kerajinan. Pembatasan penelitian ini juga diterapkan karena adanya keterbatasan waktu dan sumber daya peneliti.

## 4. Rumusan Masalah

Sehubungan dengan penjabaran sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, antara lain:

1. Apakah market orientation memiliki pengaruh terhadap SME performance?
2. Apakah entrepreneurial orientation memiliki pengaruh terhadap SME performance?

3. Apakah technology orientation memiliki pengaruh terhadap SME performance?
4. Apakah external environment dapat memoderasi hubungan antara market orientation dengan SME performance?
5. Apakah external environment dapat memoderasi hubungan antara entrepreneurial orientation dengan SME performance?

## B. Tujuan dan Manfaat

### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, antara lain:

1. Mengetahui apakah market orientation memiliki pengaruh terhadap SME performance.
2. Mengetahui apakah entrepreneurial orientation memiliki pengaruh terhadap SME performance.
3. Mengetahui apakah technology orientation memiliki pengaruh terhadap SME performance.
4. Mengetahui apakah external environment dapat memberi pengaruh moderasi pada hubungan antara market orientation dengan SME performance.
5. Mengetahui apakah external environment dapat memberi pengaruh moderasi pada hubungan antara entrepreneurial orientation dengan SME performance.

### 2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diberikan dalam penelitian ini, antara lain:

#### a. Bagi Bidang Akademis

Penelitian ini memberikan masukan sekaligus wawasan untuk mengetahui gambaran kuantitatif seberapa besar pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, orientasi teknologi terhadap SME performance dan pengaruh

lingkungan eksternal dalam memoderasi orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap SME performance.

b. Bagi Praktisi

Penelitian ini dapat digunakan oleh pelaku usaha UMKM untuk memahami serta menyadari pengaruh dari orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, orientasi teknologi dan lingkungan eksternal dalam meningkatkan kinerja UMKM agar dapat bertahan di pasar persaingan bisnis yang dinamis.

## DAFTAR BACAAN

- Abdulrab, M., Al-Mamary, Y.H.S., Alwaheeb, M.A. et al. (2021). Mediating role of strategic orientations in the relationship between entrepreneurial orientation and performance of Saudi SMEs. *Brazilian Journal of Operations & Production Management*, Vol.18, No. 04, e20211113. <https://doi.org/10.14488/BJOPM.2021.029>
- Adams, P., Freitas, I.M.B. & Fontana, R. (2019). Strategic orientation, innovation performance and the moderating influence of marketing management. *Journal of Business Research*, Vol. 97, pp. 129-40.
- Ahlstrom, D., Arregle, J. L., Hitt, M. A., Qian, G., Ma, X., & Faems, D. (2020). Managing Technological, Sociopolitical, and Institutional Change in the New Normal. *Journal of Management Studies*, 57(3), 411–437.
- Ali, D., Leifu, G. and Rehman, R.-u. (2016). The impact of technology orientation and Customer orientation on firm Performance: evidence form chinese firms. *International Journal of Management and Marketing Research*, Vol. 9, No. 1, pp. 1-11..
- Ali, G.A., Hilman, H. and Gorondutse, A.H. (2020). Effect of entrepreneurial orientation, market orientation and total quality management on performance Evidence from Saudi SMEs. *Benchmarking*, Vol. 27, No. 4, pp. 1503-31. <http://dx.doi.org/10.1108/BIJ-08-2019-0391>
- Ali, R., Leifu, G., dan Ramiz-ur-Rehman. (2016). The impact of technology orientation and customer orientation on firm performance: evidence from Chinese firms. *International Journal of Management and Marketing Research*, Vol. 9, No. 1, 2016, pp. 1-11.
- Al-Mamary, Y.H.S., Abdulrab, M., Alwaheeb, M.A. et al. (2020). The effect of entrepreneurial orientation on financial and non-financial performance in

- Saudi SMEs: A Review. *Journal of Critical Reviews*, Vol 7. <http://dx.doi.org/10.31838/jcr.07.14.35>.
- Alnawas, I. and Farha, A.A. (2020). Strategic orientations and capabilities' effect on SMEs' performance. *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 38, No. 7, pp. 829-45. <http://dx.doi.org/10.1108/MIP-11-2019-0548>
- Amin, M., Thurasamy, R., Aldakhil, A. M., and Kaswuri, A. H. Bin. (2016). The effect of market orientation as a mediating variable in the relationship between entrepreneurial orientation and SMEs performance. *Nankai Business Review International*, 7(1), 39– 59.
- Anwar, M. and Shah, S.Z.A. (2020). Entrepreneurial orientation and generic competitive strategies for emerging SMEs: Financial and nonfinancial performance perspective. *Journal of Public Affairs*. <http://dx.doi.org/10.1002/pa.2125>.
- Asad, M. Chethiyar, S. D. M. Ali, A. (2020). Total quality management, entrepreneurial orientation, and market orientation: moderating effect of environment on performance of SMEs. *Paradigms*, 14(1), 102-108.
- Asad, M., & Abid, U. (2018). CSR practices and customer's loyalty in restaurant industry: Moderating role of gender. *NUML International Journal of Business & Management*, 13(2), 144-155.
- Asghari, A.F. and Amani, R. (2016). Surveying the Influence of Market and Innovation Orientation on ELoyalty (Case Study: an Iranian Company). *Journal of Administrative Management Education + Training*, Vol. 12, No. 4, pp. 43-50.
- Badan Pusat Statistik: Banyaknya usaha / perusahaan menurut lapangan usaha skala usaha. (2016). Retrieved December 20, 2021 from <https://se2016.bps.go.id/umkumb/index.php/site/tabel?tid=47&wid=310000000#>

- Barney, Jay. (1991). Firm resource and sustained competitive advantage. *Journal of Manajement*, 17: 99-120.
- Boso, N., Cadogan, J. W., & Story, V. M. (2012). Complementary effect of entrepreneurial and market orientations on export new product success under differing levels of competitive intensity and financial capital. *International Business Review*, 21(4), 667-681.
- Covin J.G., Slevin D.P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, vol. 10, no 1, pp. 75–87.
- Covin, J. G., Green, K. M., & Slevin, D. P. (2006). Strategic process effects on the entrepreneurial orientation-sales growth rate relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 57-81.
- Dianari, Rr. Getha Fety. 2019. Pengaruh ECommerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Bina Ekonomi* 22(1): 43–62.
- Duncan, R. B. (1972). Characteristics of organizational environment and perceived environmental uncertainty. *Adiministrative science quarterly*, pp.313-327.
- Fiedler, F. E. (1993). The contingency model: New directions for leadership utilization. In matteson and Ivancevich (Eds.). *Management and Organizational Behavior Classics*, pp 333-345.
- Fu, Q., Sial, M.S., Arshad, M.Z., Comite, U., Thu, P.A. & Popp, J. The inter-relationship between innovation capability and SME performance: the moderating role of the external environment. *Sustainability* 2021, 13, 9132. [https:// doi.org/10.3390/su13169132](https://doi.org/10.3390/su13169132).
- Gatignon, H. & Xuereb, J.M. (1997). Strategic orientation of the firm and new product performance. *Journal of Marketing Research*, Vol. 34 No. 1, pp. 77-90, doi: 10.2307/3152066



- Gokus, O. (2015). The moderating roles of company structure and external environment on market orientation and business strategy types. *Proceedings of the Academy of Marketing Studies*, vol 19.
- Gupta, G., Tan, K. T., Ee, Y. S., & Phang, C. S. (2018). Resource-Based View of information systems: Sustainable and transient competitive advantage perspective. *Australasian Journal of Information Systems*, 22.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*, 7<sup>th</sup> Ed., Pearson New International Edition.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 2<sup>nd</sup> Ed., Thousand Oaks: Sage.
- Hassim, A.A., Asmat-Nizam, & Farid, M.S. (2016) A SEM analysis of environment moderation on market orientation and performance. *Asia Pacific Journal of Social Science Research*, Vol. 1.
- Hernaus, T., Bach, M. & Vuksic, V. (2012). Influence of strategic approach to BPM on financial and non-financial performance. *Baltic Journal of Management*, Vol. 7 No. 4, pp. 376-396.
- Ibarra-Cisneros, M., Demuner-Flores, M. R., Hernandez-Perlines, F. (2021), Strategic orientations, firm performance and the moderating effect of absorptive capacity, *Journal of Strategy and Management*, <https://www.emerald.com/insight/1755-425X.htm>
- Imran, et al. (2018), Retracted: The mediating role of total quality management between entrepreneurial orientation and SMEs export performance. *Management Science Letters* 8 (2018) 519–532.
- Indris, S., & Primiana, I. (2015). Internal and external environment analysis on the performance of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Indonesia. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 4(4), 188-198.

- Jaworski, B.J. & Kohli, A.K. (1993). Market orientation: Antecedents and consequences. *J. Mark.* 1993, 57, 53–70.
- Jogaratanam, G. (2017). The effect of market orientation, entrepreneurial orientation and human capital on positional advantage: Evidence from the restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 60, No. 1, pp. 104-113. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.10.002>
- Kocak, A., Carsrud, A. & Oflazoglu, S. (2017). Market, entrepreneurial, and technology orientations: impact on innovation and firm performance. *Management Decision*, Vol. 55 No. 2, pp. 248-270, doi: 10.1108/MD-04-2015-0146.
- Kocak, A., Carsrud, A. and Oflazoglu, S. (2017). Market, entrepreneurial, and technology orientations: impact on innovation and firm performance. *Management Decision*, Vol. 55 No. 2, pp. 248-270, doi: 10.1108/MD-04-2015-0146
- Kumar, U., Butt, I. & Kumar, V. (2018). The impact of strategic orientations on development of manufacturing strategy and firm's performance. *International Journal of Technology Management*, Vol. 77(4), pp. 187-209. <http://dx.doi.org/10.1504/IJTM.2018.092954>.
- Kurniawan, I., Ubud, S., Minarti, R. (2019). The role of business external environment as a moderation of the effect of entrepreneurial orientation on business performance that is mediated in flexibility of strategy. *Journal Engineering and Applied Science* 14 (16): 5807-5818.
- Lekmat, L., Selvarajah, C. dan Hewege C. Relationship between market orientation, entrepreneurial orientation and firm performance in Thai SMEs: The mediating role of marketing capabilities. *International Journal of Business and Economics*, 2018, Vol. 17, No. 3, 213-237.

- Lin, Y., Jing, L., Petros, I., Ke, R. & Lin, H. (2019). Strategic orientation of servitization in manufacturing firms and its impact on performance. *Industrial Management & Data Systems*, vol 119(2).
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-17.
- Mahmoud, M.A., Blankson, C., Owusu-Frimpong, N., Nwankwo, S. and Trang, T.P. (2016). Market orientation, learning orientation and business performance. *International Journal of Bank Marketing*, 34, 623-648. <http://dx.doi.org/10.1108/IJBM-04-2015-0057>
- Masa'deh, R., Al-Henzab, J., Tarhini, A. et al. (2018), "The associations among market orientation, technology orientation, entrepreneurial orientation and organizational performance", *Benchmarking*, Vol. 25, No. 8, pp. 3117-42. <http://dx.doi.org/10.1108/BIJ-02-2017-0024>.
- Masa'deh, R., Obeidat, B. & Tarhini, A. (2016) A Jordanian empirical study of the associations among transformational leadership, transactional leadership, knowledge sharing, job Performance, and firm performance: A Structural Equation Modelling Approach. *Journal of Management Development*, 35, 681-705. <http://dx.doi.org/10.1108/JMD-09-2015-0134>
- Miller D., Friesen P.H. (1983). Strategy-making and environment: The third link. *Strategic Management Journal*, vol. 4, pp. 221–235.
- Narver, J. C. and S. F. Slater, (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20-35.
- Obeidat, B.Y. (2016). The effect of strategic orientation on organizational performance: The mediating role of innovation. *Int. J. Communications, Network and System Sciences*, 9, 478-505.

- Odondo, M. O., Okibo, W. B., & Odhiambo, R. (2016). Effect of technology orientation on performance of micro, small and medium-scale agro-food processing enterprises in Nairobi County, Kenya. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research*, 3(1).
- OECD (2017). Enhancing the Contributions of SMEs in a Global and Digitalised Economy. Available at: <https://www.oecd.org/mcm/documents/C-MIN-2017-8-EN.pdf>
- Osman, J.Z.A. (2014). An empirical investigation into the significance of intellectual capital and strategic orientations on innovation capability and firm performance in Malaysian Information and Communications Technology (ICT) Small-to-Medium Enterprises (SMEs). unpublished PhD Dissertation, RMIT University, Melbourne.
- Panda, D.K. (2014). Managerial networks and strategic orientation in SMEs. *Journal of Strategy and Management*, Vol. 7 (4), pp. 376-397.
- Pett, T. L., Francis, J., & Wolff, J. A. (2019). The interplay of strategic orientations and their influence on SME performance . *Journal of Small Business Strategy*, 29(3), 46-59.
- Rahajeng, K. H. 2021. “Transformasi Digital, Solusi bagi UMKM yang Terdampak PPKM”, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210723153211-4-263144/transformasi-digital-solusi-bagi-umkm-yang-terdampak-ppkm> , diakses pada 5 September 2021.
- Rashid, N., Ismail, W. N. S. W., Abd Rahman, M. S., & Afthanorhan, A. (2018). Conceptual Analysis on Performance Measurement Used in SMEs Research: The Effectiveness of Firm’s Overall Performance. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(11), pp.1401-1412.
- Rogo, H.B., Noor, M., Shariff, M. and Hafeez, M.H. (2017). Moderating effect of access to finance on the relationship between total quality management, market orientation and small and medium enterprises performance: a

proposed framework. *International Review of Management and Marketing*, Vol. 7(1), pp. 119-127.

Ruiz-Jiménez, J.M. & del Mar Fuentes-Fuentes, M. (2016). Management capabilities, innovation, and gender diversity in the top management team: An empirical analysis in technology-based SMEs. *BRQ Business Research Quarterly*, Vol. 19, No. 2, pp.107,21. <http://dx.doi.org/10.1016/j.brq.2015.08.003>.

Saeed S., Yousafzai S., Engelen A. (2014). On cultural and macroeconomic contingencies of the entrepreneurial orientation — performance relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 38(2), pp. 255–290.

Shirokova G., Bogatyreva K., Beliaeva T. (2015) Entrepreneurial orientation of Russian firms: the role of external environment. *Foresight and STI Governance*, vol. 9(3), pp. 6–25. DOI: 10.17323/1995-459x.2015.3.6.25.

Shoham, A., Brencic, M. M., Virant, V., & Ruvio, A. (2008). International standardization of channel management and its behavioral and performance outcomes. *Journal of international Marketing*, 16(2), 120-151.

Soininen, J.K., Puumalainen, K., Sjögrén, H., Syrjä, P. & Durst, S. (2013). Entrepreneurial orientation in small firms – values-attitudes-behavior approach. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 19 (6), pp. 611-632.

Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tian, Q.; Zhang, S.; Yu, H.; Cao, G. Exploring the factors influencing business model innovation using grounded theory: The case of a Chinese high-end equipment manufacturer. *Sustainability* 2019, 11, 1455.

- Tjakrawala, K., & Bangun, N. (2019). Aspek kepemimpinan manajemen, praktik manajemen mutu terpadu, dan quality performance. *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis*, 6(1), 85–102.
- Tsou, H.T., Chen, J.S. and Liao, W.H. (2014). Market and technology orientations for service delivery innovation: the link of innovative competence. *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 29(6), pp. 499-513.
- Tutar, H., Sima N., Dusun B. (2015). The effect of strategic orientation on innovation capabilities and market performance: The case of ASEM. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 207,709 – 719.
- UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit. (2020, Agustus 24). Retrieved September 5, 2021 from <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia (2021, Mei 5). Retrieved October 20, 2021 from <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Upaya Pemerintah untuk Memajukan UMKM Indonesia (2021). Retrieved 10, 2021 from <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia>
- Vij, S. & Bedi, H. S. (2016). Effect of Organisational and Environmental Factors on Innovativeness and Business Performance Relationship. *International Journal of Innovation Management*, Vol. 20(3), 1650037.
- World Bank SME Finance: Development news, research, data (2021). Retrieved September 10, 2021 from [www.worldbank.org/en/topic/sme/finance](http://www.worldbank.org/en/topic/sme/finance)
- Yadav, S. K., Tripathi, V., and Goel, G. (2019). Modelling strategic orientation dimensions and performance of small and medium enterprises: An application of interpretative structural modelling. *Journal of Modelling in Management*, 14(3), 754–772.