

SKRIPSI
PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSASHAAN, INOVASI,
DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA UKM
BIDANG KULINER DI JAKARTA BARAT YANG DIMEDIASI
OLEH KEUNGGULAN BERSAING



DIAJUKAN OLEH : NAMA :
VIRGINIA VERBYANI NIM :
115170119

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

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANGARA
JAKARTA

2021

SKRIPSI
PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSASHAAN, INOVASI, DAN
ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA UKM BIDANG
KULINER DI JAKARTA BARAT YANG DIMEDIASI OLEH
KEUNGGULAN BERSAING



DIAJUKAN OLEH : NAMA :
VIRGINIA VERBYANI NIM :
115170119

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

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANGARA
JAKARTA
2021

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Virginia Verbyani —
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 1111511011009 —
Program Studi : S1 Manajemen —
Alamat : n. [REDACTED] —
Telp. : —
HP. : [REDACTED] —

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 13 Juli 2021



Virginia Verbyani

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Virginia Verbyani
NIM : 115170119
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN,
INOVASI DAN ORIENTASI PASAR
TERHADAP KINERJA UKM BIDANG
KULINER DI JAKARTA BARAT DIMEDIASI
OLEH KEUNGGULAN BERSAING

Jakarta, 5 Juli 2021

Pembimbing,



(Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M.)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Virginia Verbyani
NIM : 115170119
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN,
INOVASI DAN ORIENTASI PASAR
TERHADAP KINERJA UKM BIDANG
KULINER DI JAKARTA BARAT YANG
DIMEDIASI OLEH KEUNGGULAN BERSAING

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 21 Juli 2021 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Drs. M. Tony Nawawi, MM.
2. Anggota Penguji : - Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M.
- Mei Ie, SE., MM

Jakarta, 21 Juli 2021

Pembimbing,



(Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M.)

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMY AND BUSINESS
JAKARTA

- (A) VIRGINIA VERBYANI
- (B) *THE EFFECT OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION, INNOVATION AND MARKET ORIENTATION OF SME PERFORMANCE IN CULINARY SECTOR AT WEST JAKARTA MEDIATED BY COMPETITIVE ADVANTAGE*
- (C) xvii + 111 pages, 2021, 23 tables, 6 pictures, 2 attachments
- (D) **ENTREPRENEURSHIP**
- (E) *The purpose of this research was to determine the influence of innovation. Entrepreneurial orientation and market orientation on the competitive advantage of culinary SMEs in West Jakarta. The population in this study is culinary SMEs in West Jakarta. The sample used in this study were 52 owners/managers of culinary SMEs in West Jakarta, with the method used was non-probability sampling. This research uses PLS-SEM with the help of SmartPLS software version 3.3.3. The results of this study indicate that entrepreneurial orientation, innovation and market orientation have a positive and significant effect on competitive advantage, entrepreneurial orientation has a negative and insignificant effect on company performance, innovation and market orientation have a positive and significant influence on company performance, there is a positive influence and significant between market orientation on company performance with competitive advantage as a mediating variable, entrepreneurial orientation and innovation do not have a significant effect on company performance with competitive advantage as a mediating variable.*
- (F) **Keywords:** *Entrepreneurial Orientation, Innovation, Market Orientation, Competitive Advantage, Company Performance*
- (G) *Bibliography*
- (H) DR. SARWO EDY HANDOYO, S.E., M.M.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

- (A) VIRGINIA VERBYANI
- (B) PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, INOVASI DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA UKM BIDANG KULINER DI JAKARTA BARAT YANG DIMEDIASI OLEH KEUNGGULAN BERSAING
- (C) xvii + 111 halaman, 2021, 23 tabel, 6 gambar, 2 lampiran
- (D) KEWIRAUSAHAAN
- (E) Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi dan orientasi pasar terhadap kinerja UKM pada bidang kuliner di Jakarta Barat melalui keunggulan bersaing. Populasi dalam penelitian ini adalah UKM kuliner di Jakarta Barat. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 52 pemilik/pengelola UKM kuliner di Jakarta Barat, dengan metode yang digunakan ialah *non probability sampling*. Penelitian ini menggunakan PLS-SEM dengan bantuan *software* SmartPLS versi 3.3.3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan, inovasi dan orientasi pasar memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan, inovasi dan orientasi pasar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan dengan keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi, orientasi kewirausahaan dan inovasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan dengan keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi.
- (F) **Kata Kunci:** Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing, Kinerja Perusahaan
- (G) Daftar Pustaka
- (H) DR. SARWO EDY HANDOYO, S.E., M.M.

*“Happiness is not something that you have to achieve, you can still feel happy during
the process of achieving something.”*

- Kim Namjoon of BTS -

Karya tulis ini saya persembahkan untuk:
Papi, Mami dan Kedua adik saya tercinta

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan berkatnya yang selalui menyertai penulis dalam pembuatan skripsi ini, yang merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Dalam penyusunan skripsi ini, banyak bimbingan, bantuan, motivasi, perhatian, dukungan semangat dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terwujud dengan baik. Untuk itu penulis berkesempatan ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada berbagai pihak, yaitu:

1. Bapak Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, tenaga, motivasi, saran serta pengarahan yang bermanfaat dalam pembuatan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmojo, S.E., M.M., MBA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Ronnie Resdianto Masman, S.E., M.A., M.M. Selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Dr. Keni, S.E., M.M. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
6. Seluruh dosen, staf pengajar, staf perpustakaan dan staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang telah memberikan pengajaran ilmu kepada penulis.
7. Segenap keluarga tersayang, Papi (Deby Susanto), Mami (Veronica Febriyanti), adik-adik saya (Delvina Angelica dan Stevanie), Ama (Megawati), Ako dan Thio-thio saya (Deriana Sugianto dan Altho Sagara) dan adik sepupu saya (Brightly Olivia Sagara) yang telah memberikan dukungan, doa dan motivasi sehingga penyusunan skripsi ini berjalan lancar dengan baik.

8. Kepada sahabat-sahabatku yang terkasih yaitu Nia Virdiana, Grisella Aurelia, dan Yelline Loviany
9. Kepada teman seperjuangan skripsi satu bimbingan yaitu Viola, Silvia, Natashya, Fidelia, Daniel, dan Fernando
10. Kepada sahabat-sahabatku selama dimasa perkuliahan yaitu Della Monica, Tasya Calista, Anika Aurelia, Miranda Kakisina, Stesany Chai, Velecia Apriana, Sonia, Peter Bramanto.
11. Kepada teman-teman dari semester satu yaitu Richard Eduardo, Aldo, Fillipo, Noel dan yang lainnya yang tidak dapat disebut satu persatu.
12. Seluruh responden yang telah meruangkan waktunya dalam mengisi kuesioner yang diberikan penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
13. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, baik dari isi, dan tata bahasa, mengingat akan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis akan menerima segala kritikan dan saran yang berguna untuk menjadikan skripsi ini menjadi lebih baik. Akhir kata, penulis ingin mengucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membacanya.

Jakarta, 9 Juli 2021

Virginia Verbyani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan.....	1
1. Latar Belakang	1
2. Identifikasi Masalah	4
3. Pembatasan Masalah	5
4. Rumusan Masalah	6
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Gambaran Umum Teori	9
B. Definisi Konseptual Variabel	10

1.	Orientasi Kewirausahaan	10
2.	Inovasi	11
3.	Orientasi pasar.....	12
4.	Keunggulan Bersaing	13
5.	Kinerja Perusahaan.....	14
C.	Penelitian Sebelumnya yang Relevan	15
D.	Kaitan antara Variabel-Variabel	24
1.	Kaitan Orientasi Kewirausahaan Dengan Kinerja Perusahaan.	24
2.	Kaitan Orientasi Kewirausahaan Dengan Keunggulan Bersaing.....	24
3.	Kaitan Inovasi Dengan Kinerja Perusahaan.....	25
4.	Kaitan Inovasi Dengan Keunggulan Bersaing.	25
5.	Kaitan Orientasi Pasar Dengan Kinerja Perusahaan.	26
6.	Kaitan Orientasi Pasar Dengan Keunggulan Bersaing.....	26
7.	Kaitan Keunggulan Bersaing Dengan Kinerja Perusahaan.....	27
8.	Kaitan Orientasi Kewirausahaan, Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan.....	27
9.	Kaitan Inovasi, Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan.....	28
10.	Kaitan Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan.	28
E.	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.	29
1.	Kerangka Pemikiran.....	29
2.	Hipotesis.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		32
A.	Desain Penelitian	32

B.	Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, Ukuran Sampel	32
1.	Populasi	32
2.	Teknik Pemilihan Sampel	33
3.	Ukuran Sampel.....	33
C.	Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	34
1.	Orientasi Kewirausahaan	35
2.	Inovasi	36
3.	Orientasi Pasar	38
4.	Kinerja Perusahaan.....	39
5.	Keunggulan Bersaing	40
D.	Analisis Validitas dan Reliabilitas	42
1.	Analisis Validitas	42
2.	Analisis Reliabilitas	43
E.	Analisis Data	43
1.	Uji Model Struktural (<i>Inner Model Analysis</i>)	43
2.	Analisis Mediasi.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		46
A.	Deskripsi Subyek Penelitian.....	46
1.	Usia Usaha	46
2.	Penghasilan Penjualan Tahunan.....	47
3.	Penggunaan Media Elektronik dan Media Sosial	48
B.	Deskripsi Objek Penelitian	49
1.	Orientasi Kewirausahaan	50

2.	Inovasi.....	51
3.	Orientasi Pasar	54
4.	Kinerja Perusahaan	55
5.	Keunggulan Bersaing	56
C.	Hasil Analisis Data	58
1.	Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	58
2.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (.....	65
3.	Hasil Uji Pengukuran Q-square (.....	66
4.	Hasil Uji Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit/Gof</i>).....	66
5.	Uji Hipotesis (Path Coefficients).....	68
E.	Pembahasan.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		82
A.	Kesimpulan.....	82
B.	Keterbatasan dan Saran.....	83
1.	Keterbatasan	83
C.	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN.....		96

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan	15
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	34
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Orientasi Kewirausahaan	35
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Inovasi	36
Tabel 3. 4 Operasional Variabel Orientasi Pasar	39
Tabel 3. 5 Operasionalisasi Variabel Kinerja Perusahaan.....	40
Tabel 3. 6 Operasional Variabel Keuntungan Bersaing	41
Tabel 4. 1 Usia Usaha	46
Tabel 4. 2 Penghasilan Penjualan Tahunan	47
Tabel 4. 3 Penggunaan Media Elektronik dan Media Sosial.....	49
Tabel 4. 4 Objek Penelitian Orientasi Kewirausahaan	50
Tabel 4. 5 Objek Penelitian Inovasi.....	51
Tabel 4. 6 Objek Penelitian Orientasi Pasar	54
Tabel 4. 7 Objek Penelitian Kinerja Perusahaan	56
Tabel 4. 8 Objek Penelitian Keunggulan Bersaing	57
Tabel 4. 9 Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	59
Tabel 4. 10 Hasil Analisis <i>Loading Factors (Outer Loadings)</i>	59
Tabel 4. 11 Hasil Analisis <i>Cross Loadings</i>	63
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Reliabilitas.....	64
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (.....	65
Tabel 4. 14 Hasil Uji Pengukuran Q-square (.....	66
Tabel 4. 15 Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	67
Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis (<i>Path Coefficients</i>)	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	30
Gambar 4. 1 Presentase Usia Usaha	47
Gambar 4. 2 Presentase Penghasilan Penjualan Tahunan.....	48
Gambar 4. 3 Presentase Penggunaan Media Elektronik dan Media Sosial	49
Gambar 4. 4 <i>Loading Factors (Outer Loadings)</i>	61
Gambar 4. 5 Hasil <i>Bootstapping</i>	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner	96
Lampiran 2: Hasil Output SmartPLS versi 3.3.3	105

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang terdapat di Asia Tenggara. Menurut artikel pada *website* Indonesia-investment.com, jumlah penduduk Indonesia saat ini sekitar 255juta penduduk sehingga menjadikan Indonesia di urutan ke-empat dalam hal negara dengan jumlah populasi terbesar di dunia. Banyaknya jumlah penduduk yang berada di Indonesia menjadikan Indonesia dapat menghasilkan banyak usaha di berbagai bidang. Saat ini UKM atau yang disebut dengan Usaha Kecil dan Menengah yang merupakan usaha-usaha dengan skala menengah ke bawah dapat lebih mempengaruhi perekonomian Indonesia dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang besar. Dilansir dari *website* Liputan6.com pada tahun 2020 lalu, menurut Badan Pusat Statistik (BPS) di Indonesia jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mencapai 64jt yang dapat memperoleh presentase sebesar 99,9% dari keseluruhan usaha yang berjalan di Indonesia dan telah menyumbangkan PDB sekitar 61,1%. Tidak hanya sampai disana UMKM juga mampu menyerap tenaga kerja di dalam negeri bertumbuh menjadi 97%, sehingga UMKM sangat berperan penting dalam perkembangan perekonomian Indonesia.

Menurut Ludiro, S.E., MM, selaku Direktur Sistem Manajemen Investasi, Direktorat Jenderal Pembendaharaan, Kementerian Keuangan RI dalam diskusi *Webinar Online Niagahoster Media Meet Up : Menuju Pemulihan Ekonomi untuk UKM tahun 2021*, Kamis (28/1/2021) yang dikutip oleh *website* wartaekonomi.co.id, sebelum pandemi, UMKM di Indonesia masih kerap mengalami kendala dalam mengembangkan bisnis seperti kurang produktif, sulit menembus pasar global sampai kekurangan dalam

finansial. Namun berlangsungnya pandemi Covid-19 saat ini sangat berdampak pada sektor UMKM sehingga menyebabkan banyak pengusaha atau pemilik usaha yang merugi dan terpaksa berhenti menjalankan usahanya dikarenakan turunnya permintaan pasar yang drastis. Menurut Sekretaris Kementerian Koperasi dan UKM Rully Indrawan kepada Liputan6.com pada Jumat, 4 September 2020 “Selama pandemi ini jujur saja banyak yang terhenti usahanya, sekitar 30% yang usahanya terganggu. Sedangkan yang memang terganggu tapi menciptakan inovasi-inovasi kreatif sekitar 50-70%, meskipun mereka terkena dampak”. Menurut *website* kumparan.com pada desember 2020 lalu, bersumber pada data dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan 163.713 pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terdampak oleh pandemi Covid-19 dan yang paling berdampak adalah sektor makanan dan minuman. Oleh karena itu berdampaknya sektor UMKM menyebabkan perekonomian Indonesia juga ikut berdampak, oleh karena itu pihak Kementerian Koperasi dan UKM telah menyiapkan sejumlah stimulus untuk UMKM sebagai upaya dalam menangani UMKM yang dimana membutuhkan campur tangan dan *support* dari berbagai pihak agar segera dapat membangkitkan perekonomian Indonesia.

Bagi UMKM, tahun 2021 masih menjadi tantangan dalam menaikkan kelas dan meningkatkan daya saing. Ada beberapa cara agar pelaku UMKM unggul dalam saing dan dapat mengembangkan usaha yang dijalankan supaya dapat berjalan dengan baik yaitu salah satunya adalah dengan memahami pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi dan orientasi pasar melalui keunggulan bersaing.

Orientasi kewirausahaan ialah tahap organisasi yang berperan dalam membantu menjelaskan sebagian perilaku strategis manajerial yang mungkin dapat berperan bagi perusahaan untuk mengatasi pesaing dengan cara beradaptasi dan berinovasi serta menjadi proaktif dalam peluang pasar dan mampu untuk menoleransi risiko (Jiang *dkk.*, 2016; Wiklund dan Shepherd,

2003). Jika UKM memiliki kemampuan tinggi untuk berinovasi dan bersikap untuk berani mengambil risiko, maka akan memperoleh keunggulan dalam bersaing dan mencapai kinerja yang bernilai tinggi. Studi empiris terbaru telah menunjukkan adanya hubungan yang positif antara orientasi kewirausahaan dan kinerja perusahaan (Buli, 2017; Sahoo dan Yadav, 2017; Jogaratnam, 2017; Lechner dan Gudmundsson, 2014; Wikund dan Shepherd, 2005). Tetapi terdapat beberapa penelitian yang menemukan hubungan yang tidak signifikan atau negatif (Andersen, 2010; Walter *et al.*, 2006).

Selain orientasi kewirausahaan, menurut Freeman dan Soete (1997), inovasi berhubungan dengan tahap kegiatan organisasi, pengetahuan, dan kemampuan. Inovasi didefinisikan sebagai generasi, penerimaan, dan implementasi ide-ide baru proses, produk atau layanan (Kanter, 1983). Konsep inti inovasi adalah bahwa hal itu terjadi karena adanya elemen baru dari elemen lama yang diperkenalkan. Sebuah studi oleh Deshpande *dkk.* (1993) menunjukkan hubungan yang positif antara inovasi dengan kinerja organisasi dalam hal profitabilitas relatif, pangsa pasar, dan pertumbuhan. Baldwin dan Johnson (1996) juga menunjukkan pengaruh inovasi yang signifikan secara luas dengan ukuran kinerja bisnis.

Disamping orientasi kewirausahaan dan inovasi, orientasi pasar dengan kinerja bisnis telah meleset banyak hal dalam penelitian khususnya dalam hal definisi (Filatotchev *et al.*, 2016; Menguc dan Auh, 2006; Riswanto *et al.*, 2019; Zahra, 2008). Namun terdapat penelitian telah dibuktikan bahwa adanya hubungan yang positif antara orientasi pasar terhadap kinerja bisnis (Kirca *et al.*, 2005; Lado *et al.*, 2013; Liao *et al.*, 2011). Sekalipun demikian, pemahaman mengenai kontribusi orientasi pasar terhadap kinerja bisnis masih ada yang belum meyakinkan, terdapat beberapa studi yang ditemukan adanya hubungan yang tidak signifikan antara orientasi pasar dengan kinerja bisnis. Penelitian terbaru mempunyai kesimpulan bahwa hubungan antara orientasi pasar dan kinerja tidak langsung (Murray *et al.*, 2011; Taylor *et al.*,

2008; Zahra, 2008). Akibatnya, dampak orientasi pasar pada pertumbuhan perusahaan masih belum jelas (Liao *et al.*, 2011).

Porter (1991) menyimpulkan bahwa kinerja bisnis secara langsung terkait dengan keunggulan bersaing. Hubungan sebab akibat ini telah dibuktikan dalam beberapa hal (Li dan Zhou, 2010; Naidoo, 2010; Parnell dan Braidy, 2019; Sigalas dan Papakadis, 2018). Keunggulan bersaing dapat mempengaruhi laba dan pasar perusahaan serta kinerja operasional pada momen yang berbeda (Harrison *et al.*, 2010). Keunggulan bersaing merupakan rencana yang bermanfaat dari perusahaan yang bekerja sama untuk bersaing lebih efektif dalam lingkungan pasar (Porter, 2008).

Berdasarkan pembahasan diatas mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja UKM, maka penulisan ini mengambil judul **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UKM Bidang Kuliner di Jakarta Barat yang Dimediasi oleh Keunggulan Bersaing”**.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada bagian latar belakang sebelumnya, dapat diidentifikasi beberapa hal yang dapat menjadi permasalahan, yaitu :

- a. Indonesia masih kerap mengalami kendala dalam mengembangkan bisnis seperti kurang produktif, sulit menembus pasar global sampai kekurangan dalam finansial
- b. Turunnya permintaan pasar yang drastis akibat dari pandemi covid-19
- c. Berdampaknya sektor UMKM menyebabkan perekonomian Indonesia juga ikut berdampak oleh covid 19
- d. Banyak pengusaha atau pemilik usaha yang merugi dan terpaksa berhenti menjalankan usahanya dikarenakan turunnya permintaan pasar yang drastis.

- e. Tantangan UMKM di Indonesia dalam menaikkan kelas dan meningkatkan daya saing
- f. Perubahan pasar yang tidak stabil membuat UMKM di Indonesia tidak mudah dalam persaingan
- g. Perekonomian Indonesia yang turun membuat UMKM di Indonesia tidak mudah dalam persaingan
- h. Faktor ekonomi di Indonesia bergantung pada kontribusi dari para wirausahawan dan UMKM
- i. Pemahaman mengenai kontribusi orientasi pasar terhadap kinerja bisnis masih ada yang belum meyakinkan
- j. Kurangnya kesadaran akan unsur orientasi kewirausahaan dalam Usaha Kecil dan Menengah (UKM)
- k. Kurangnya pemberdayaan dan implemementasi terhadap inovasi-inovasi dalam Usaha Kecil Menengah (UKM)

3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, dilakukan pembatasan agar penelitian dpat berjalan dengan baik. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja UKM dan keberhasilan UKM, namun karena penelitian mencakup ruang lingkup yang luas, penelitian ini dibatasi pada pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi dan orientasi pasar pada kinerja bisnis yang ditujukan pada objek UKM di bidang kuliner di Jakarta Barat dengan dimediasi oleh keunggulan bersaing. Variabel indenpenden terdiri dari orientasi kewirausahaan, inovasi dan orientasi pasar dan terdapat variabel mediasi yaitu keunggulan bersaing serta variabel dependen, yaitu kinerja bisnis UKM.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UKM pada bidang kuliner di Jakarta Barat?
- b. Apakah inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UKM pada bidang kuliner di Jakarta Barat?
- c. Apakah orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UKM pada bidang kuliner di Jakarta Barat?
- d. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM pada bidang kuliner di Jakarta Barat?
- e. Apakah inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM pada bidang kuliner di Jakarta Barat?
- f. Apakah orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM pada bidang kuliner di Jakarta Barat?
- g. Apakah keunggulan besaing berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM pada bidang kuliner di Jakarta Barat?
- h. Apakah keunggulan bersaing memediasi orientasi kewirausahaan dan kinerja UKM pada bidang kuliner di Jakarta Barat?
- i. Apakah keunggulan bersaing memediasi inovasi kewirausahaan dan kinerja UKM pada bidang kuliner di Jakarta Barat?
- j. Apakah keunggulan bersaing memediasi orientasi pasar dan kinerja UKM pada bidang kuliner di Jakarta Barat?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian memiliki tujuan penulisan sebagai berikut:

- a. Untuk menguji secara empiris pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing UKM pada bidang kuliner di Jakarta Barat.
- b. Untuk menguji secara empiris pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing UKM pada bidang kuliner di Jakarta Barat.
- c. Untuk menguji secara empiris pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing UKM pada bidang kuliner di Jakarta Barat.
- d. Untuk menguji secara empiris pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM pada bidang kuliner di Jakarta Barat.
- e. Untuk menguji secara empiris pengaruh inovasi terhadap kinerja UKM pada bidang kuliner di Jakarta Barat.
- f. Untuk menguji secara empiris pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UKM pada bidang kuliner di Jakarta Barat.
- g. Untuk menguji secara empiris pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja UKM pada bidang kuliner di Jakarta Barat.
- h. Untuk menguji secara empiris pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM pada bidang kuliner di Jakarta Barat yang dimediasi keunggulan bersaing.
- i. Untuk menguji secara empiris pengaruh inovasi terhadap kinerja UKM pada bidang kuliner di Jakarta Barat yang dimediasi keunggulan bersaing.
- j. Untuk menguji secara empiris pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UKM pada bidang kuliner di Jakarta Barat yang dimediasi keunggulan bersaing.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan ilmu yang berguna bagi pembaca untuk mempelajari lebih lanjut mengenai pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi dan orientasi

pasar terhadap kinerja UKM yang dimediasi oleh keunggulan bersaing dan memperluas penelitian yang sebelumnya telah ada bagi peneliti lainnya.

b. Manfaat Praktis

Dalam segi praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para pelaku UKM maupun calon pelaku UKM untuk lebih dapat mengetahui tentang kinerja bisnis beserta faktor-faktor lainnya yang berkaitan dengan strategi dalam keberhasilan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adler, P. S., & Shenhar, A. (1990). Adapting Your Technological Base: The Organizational Challenge. *MIT Sloan Management Review*, Vol. 32, No. 1, 25.
- Adner, R., & Zemsky, P. (2006), A Demand-Based Perspective on Sustainable Competitive Advantage. *Strategic Management Journal*, Vol. 27, No. 3, 215-239.
- Akimova, I. (1999). Development of Market Orientation and Competitiveness of Ukraine Firm. *European Journal of Marketing*. 1128-1146.
- Amin, M., Thurasamy, R., Aldakhil, A.M., & Kaswuri, A.H.B. (2016), The Effect of Market Orientation As a Mediating Variable in the Relationship between Entrepreneurial Orientation and SMEs Performance. *Nankai Business Review International*, Vol. 7, No. 1, 39-59.
- Andersén, J. (2010). A Critical Examination of the EO-Performance Relationship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, Vol. 16, No. 4, 309-328.
- Apriani, J., & Handoyo, E. (2020). Faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMKM bidang fashion. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, Vol. 2, No. 2, 439–449.
- Aritonang, L. R. (2007). *Teori dan Praktik Riset Pemasaran*. Jakarta: UPT Penerbitan Universitas Tarumanagara.
- Bagozzi, R. & Yi (1988). Evaluation of Structural Evaluation Models. *Journal of the Academy of Marketing Science*.
- Baker, W.E., & Sinkula, J.M. (2009), The Complementary Effects of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation on Profitability in Small Businesses. *Journal of Small Business Management*, Vol. 47, No. 4, 443-464.
- Baldwin, J.R., & Johnson, J. (1996), Business Strategies in More- and Less- Innovative Firms in Canada, *Research Policy*, Vol. 25, No. 5, 785-804.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 51, No. 6, 1173-1182.

- Bature, S.W., & Hin, C.W. (2017), Entrepreneurial Orientation, Learning Orientation, Technological Orientation, Access to Debt Finance and Firm Performance: A Proposed Research Framework, *International Business Management*, Vol. 11, No. 2, 444-453.
- Becherer, R.C., Halstead, D., & Haynes, P. (2001), Marketing Orientation in SMEs: Effects of the Internal Environment. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, Vol. 3, No. 1, 1-17.
- Bharadwaj, Sundar G, P.R.Varadarajan, & Fahly, J. (1993). Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Propositions. *Journal of Marketing*. Vol. 57, 83-99
- Bititci, U. S. (2008). *Dynamics of Performance Measurement Systems*, 692-704.
- Boso, N., Story, V.M., & Cadogan, J.W. (2013), Entrepreneurial Orientation, Market Orientation, Network Ties, and Performance: Study of Entrepreneurial Firms in a Developing Economy. *Journal of Business Venturing*, Vol. 28, No. 6, 708-727.
- Bowen, D. E., & Ostroff, C. (2004). Understanding HRM-Firm Performance Linkages: The Role of the "Strength" of the HRM System. *Academy of Management Review*, Vol. 29, No. 2, 203–221.
- Buli, B. (2017). Entrepreneurial Orientation, Market Orientation and Performance of SMEs in the Manufacturing Industry: Evidence from Ethiopian Enterprises. *Management Research Review*, Vol. 40, No. 3, 292-309.
- Caird, S. (1994), How Important is the Innovator for the Commercial Success of Innovative Products in SMEs?. *Technovation*, Vol. 14, No. 2, 71-83.
- Covin, J. G., & Wales, W. J. (2012). The Measurement of Entrepreneurial Orientation. *Entrepreneurship theory and practice*, Vol. 36, No. 4, 677-702.
- Covin, J.G., & Miller, D. (2014), International Entrepreneurial Orientation: Conceptual Considerations, Research Themes, Measurement Issues, and Future Research Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 38, No. 1, 11-44.
- Demirbag, M., Lenny Koh, S.C., Tatoglu, E., & Zaim, S. (2006), TQM and Market Orientation's Impact on SMEs' Performance. *Industrial Management and Data Systems*, Vol. 106, No. 8, 1206-1228.
- Deng, S., & Dart, J. (1994), Measuring Market Orientation: A Multi-Factor, Multi-Item Approach. *Journal of Marketing Management*, Vol. 10, 725-742.

- Deshpande, R., Farley, J.U., Frederick, E., & Webster, J. (1993), Corporate Culture, Customer Orientation and Innovativeness in Japanese Firms: A Quadrant Analysis, *Journal of Marketing*, Vol. 57, No. 1, 23-38.
- Efrat, K., Hughes, P., Nemkova, E., Souchon, A.L., & Sy-Changco, J. (2018), Leveraging of Dynamic Export Capabilities for Competitive Advantage and Performance Consequences: Evidence from China. *Journal of Business Research*, Vol. 84, 114-124.
- Engelen, A., Gupta, V., Strenger, L., & Brettel, M. (2015), Entrepreneurial Orientation, Firm Performance, and the Moderating Role of Transformational Leadership Behaviors. *Journal of Management*, Vol. 41, No. 4, 1069-1097.
- Fahy, J. (2000). The Resource-Based View of the Firm: Some Stumbling-Blocks on the Road to Understanding Sustainable Competitive Advantage. *Journal of European Industrial Training*, Vol. 24, 94–104
- Fairoz, F.M., Hirobumi, T., & Tanaka, Y. (2010), Entrepreneurial Orientation and Business Performance of Small and Medium Scale Enterprises of Hambantota District Sri Lanka. *Asian Social Science*, Vol. 6, No. 3, 34.
- Fang, S.R., Chang, E., Ou, C.C., & Chou, C.H. (2014), Internal Market Orientation, Market Capabilities and Learning Orientation. *European Journal of Marketing*, Vol. 48, 170-192.
- Filatotchev, I., Su, Z., & Bruton, G.D. (2016), Market Orientation, Growth Strategy, and Firm Performance: The Moderating Effects of External Connections, *Management and Organization Review*, Vol. 13, No. 3, 575-601.
- Freeman, C., & Soete, L. (1997), *The Economics of Industrial Innovation (3rd ed.)*, Pinter, London.
- Gupta, Y.P. and Lonial, S.C. (1998), Exploring Linkages between Manufacturing Strategy, Business Strategy, and Organizational Strategy, *Production and Operation Management*, Vol. 7, No. 3, 243-64.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (4th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____(2014). *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2012). *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

-
- (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0. (2nd ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gimenez, C., & Ventura, A. (2002). *Supply Chain Management as a Competitive Advantage in the Spanish Grocery Sector*. Published Working Paper. No. 2, Universitat Pompeu Fabra' (UPF), Barcelona, Spain
- Grahovac, J., & Miller, D.J. (2009), Competitive Advantage and Performance: The Impact of Value Creation and Costliness of Imitation. *Strategic Management Journal*, Vol. 30, No. 11, 1192-1212.
- Gruber-Muecke, T., & Hofer, K.M. (2015), Market Orientation, Entrepreneurial Orientation and Performance in Emerging Markets. *International Journal of Emerging Markets*, Vol. 10, No. 3, 560-571.
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2011). Effects of Innovation Types on Firm Performance. *International Journal of production economics*, Vol. 133, No. 2, 662-676.
- Gupta, V.K., & Batra, S. (2016), Entrepreneurial Orientation and Firm Performance In Indian SMEs: Universal and Contingency Perspectives. *International Small Business Journal*, Vol. 34, No. 5, 660-682.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Harrison, J.S., Bosse, D.A., & Phillips, R.A. (2010), Managing for Stakeholders, Stakeholder Utility Functions, and Competitive Advantage, *Strategic Management Journal*, Vol. 31, 58-74.
- Helfat, C.E., & Peteraf, M.A. (2003), The Dynamic Resource-Based View: Capability Lifecycles. *Strategic Management Journal*, Vol. 24, No. 10, 997-1010.
- Helfert, G. (1996). Team Management Of Business Relationships-A Framework For Effectiveness. In *IMP Conference (12th)* (Vol. 12). IMP.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The Use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). *An emerging tool in business research*. Vol. 26, 106-121.

- Hult, G.T.M., Hurley, R.F. and Knight, G.A. (2004), Innovativeness: It's Antecedents and Impact on Business Performance, *Industrial Marketing Management*, Vol. 33 No. 5, 429-438.
- Hung, R.Y.Y., Yang, B., Lien, B.Y.H., McLean, G.N., & Kuo, Y.M. (2010), Dynamic Capability: Impact of Process Alignment and Organizational Learning Culture on Performance, *Journal of World Business*, Vol. 45, 285-294.
- Indonesia Investments. (n.d.). *Budaya Indonesia-Bhineka Tunggal Ika | Indonesia Investments*. Retrieved 2021, from Indonesia-investments.com: <https://www.indonesia-investments.com/id/budaya/item8?>
- Janti, S. (2014). Analisis Validitas Dan Reliabilitas Dengan Skala Likert Terhadap Pengembangan SI/TI Dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan Strategic Planning Pada Industri Garmen. *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST)*, 155-160.
- Jaworski, B. J., & Kohli, A. K. (1993). Market Orientation: Antecedents and Consequences. *Journal of Marketing*, Vol. 57, No. 3, 53-70. <https://doi.org/10.1177/002224299305700304>
- Jiang, X. Y. (2016). Entrepreneurial Orientation, Strategic Alliances, and Firm Performance: Inside the Black Box. *Long Range Planning*, Vol. 49, No. 1, 103-116.
- Jogaratnam, 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, 104-113.
- Kanter, R.M. (1983), *When a Thousand Flowers Bloom: Structural, Collective and Social Conditions for Innovation in Organization*, in Swedberg, R. (Ed.), *Entrepreneurship: The Social Science View*, Oxford University Press Inc., New York, NY, 167-210.
- Kaplan, R.S. and Norton, D.P. (1992), The balanced scorecard: measures that drive performance, *Harvard Business Review*, January-February, pp. 71-9.
- Kearney, A., Harrington, D., & Kelliher, F. (2014), Exploiting Managerial Capability for Innovation in a Micro-Firm Context: New and Emerging Perspectives within the Irish Hotel Industry. *European Journal of Training and Development*, Vol. 38, 95-117.

- Kirca, A.H., Jayachandran, S., & Bearden, W.O. (2005), Market Orientation: A Meta-Analytic Review and Assessment of It's Antecedents and Impact on Performance, *Journal of Marketing*, Vol. 69, 24-41.
- Kirzner, I. (1978). *Entrepreneurship, Entitlement, and Economic Justice*. Eastern Economic Journal, Vol. 4, No. 1, 9-25. Retrieved 2021, from <http://www.jstor.org/stable/20642302>.
- Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. (1990). Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications. *Journal of marketing*, Vol. 54, No. 2, 1-18.
- Lado, N., Duque, L., & Alvarez-Bassi, D. (2013), Current Marketing Practices and Market Orientation in the Context of an Emerging Economy: The Case of Uruguay, *Journal of Small Business Management*, Vol. 51, 602-616.
- Lechner, C., & Gudmundsson, S. (2014). Entrepreneurial Orientation, Firm Strategy and Small Firm Performance. *International Small Business Journal*, Vol. 32, No. 1, 36-60.
- Lekmat, L., Selvarajah, C., & Hewege, C. (2018), Relationship between Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, and Firm Performance in Thai SMEs: The Mediating Role of Marketing Capabilities. *International Journal of Business and Economics*, Vol. 17, No. 3, 213-237.
- Li, J.J., & Zhou, K.Z. (2010), How Foreign Firms Achieve Competitive Advantage in The Chinese Emerging Economy: Managerial Ties and Market Orientation, *Journal of Business Research*, Vol. 63, 856-862.
- Li, Y.H., Huang, J.W., & Tsai, M.T. (2009), Entrepreneurial Orientation and Firm Performance: The Role of Knowledge Creation Process. *Industrial Marketing Management*, Vol. 38, No. 4, 440-449.
- Liao, S.H., Chang, W.J., Wu, C.C., & Katrichis, J.M. (2011), A Survey of Market Orientation Research (1995-2008), *Industrial Marketing Management*, Vol. 40, 301-310.
- Lukas, B. A., & Ferrell, O. C. (2000). The Effect of Market Orientation on Product Innovation. *Journal of the academy of marketing science*, Vol. 28, No. 2, 239-247.
- Lumpkin, G. T., & Lichtenstein, B. B. (2005). The Role of Organizational Learning in the Opportunity–Recognition Process. *Entrepreneurship theory and practice*, Vol. 29, No. 4, 451-472.

- Lumpkin, G., & Dess, G. (1996). Enriching the Entrepreneurial Orientation Construct-A Reply to "Entrepreneurial Orientation or Pioneer Advantage". *The Academy of Management Review*, Vol. 21, No. 3, 605-607. Retrieved 2021, from <http://www.jstor.org/stable/258991>
- Ma, H. (2000). Competitive Advantage and Firm Performance. *Competitiveness Review*, Vol. 10, No. 2, 16.
- Malhotra, N. K. (2004). *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- _____ (2015). *Essentials of Marketing Research: A Hands-On Orientation*. Essex: Pearson.
- Martín-de Castro, G., Delgado-Verde, M., Navas-López, J. E., & Cruz-González, J. (2013). The Moderating Role of Innovation Culture in the Relationship between Knowledge Assets and Product Innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 80, No. 2, 351-363.
- Medhika, N. G. A. J., Giantari, I. G. A. K., & Yasa, N. N. K. (2018). Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dengan Kinerja UKM. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Vol. 1, No. 2, 183-195.
- Menguc, B., & Auh, S. (2006), Creating a Firm-Level Dynamic Capability through Capitalizing on Market Orientation and Innovativeness, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 34, 63-73.
- Miller, D. (1983), The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. *Management Science*, Vol. 29, No. 7, 770-791.
- Morgan, N. A., Kaleka, A., & Katsikeas, C. S. (2004). Antecedents of Export Venture Performance: A Theoretical Model and Empirical Assessment. *Journal of Marketing*, Vol. 68, 90-108.
- Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat dan Rekayasa*, Yogyakarta: STIE YKPN.
- Murray, J.Y., Gao, G.Y., & Kotabe, M. (2011), Market Orientation and Performance of Export Ventures: The Process through Marketing Capabilities and Competitive Advantages, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 39, 252-269.

- Naidoo, V. (2010), Firm Survival through a Crisis: The Influence of Market Orientation, Marketing Innovation and Business Strategy, *Industrial Marketing Management*, Vol. 39, 1311-1320.
- Najib, M. and Kiminami, A. (2011), Innovation, Cooperation and Business Performance some Evidence from Indonesian Small Food Processing Cluster, *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, Vol. 1, No. 1, 75-96.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, Vol. 54, No. 4, 20–35. <https://doi.org/10.1177/002224299005400403>
- Newbert, S.L. (2008), Value, Rareness, Competitive Advantage, and Performance: A Conceptual-Level Empirical Investigation of the Resource-Based View of The Firm. *Strategic Management Journal*, Vol. 29, No. 7, 745-768.
- OECD (2010), *The OECD Innovation Strategy: Getting a Head Start on Tomorrow*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/9789264083479-en>
- Parnell, J., & Brady, M. (2019), Capabilities, Strategies and Firm Performance in The United Kingdom, *Journal of Strategy and Management*, Vol. 12, No. 1, 153-172.
- Pelham, A.M., & Wilson, D.T. (1995), A Longitudinal Study of The Impact of Market Structure, Firm Structure, Strategy, and Market Orientation Culture on Dimensions of Small-Firm Performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 24, 27-43.
- Porter, M. E. (2008). The Five Competitive Forces that Shape Strategy. *Harvard business review*, Vol. 86, No. 1, 78.
- _____ (1985), *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, The Free Press, New York, NY.
- _____ (1991), Towards a Dynamic Theory of Strategy, *Strategic Management Journal*, Vol. 12, 95-117.
- Pratono, A.H., Darmasetiawan, N.K., Yudianto, A., Jeong, B.G. 2019. *Achieving sustainable competitive advantage through green entrepreneurial orientation and market orientation: The role of inter-organizational learning*. Emerald Publishing Limited, 1-15.

- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial Orientation and Business Performance: An Assessment of Past Research and Suggestions for the Future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 33, No. 3, 761-787.
- Ray, G., Barney, J. B., & Muhanna, W. A. (2004). Capabilities, Business Processes, and Competitive Advantage: Choosing the Dependent Variable in Empirical Tests of The Resource-Based View. *Strategic Management Journal*, Vol. 25, 23–37.
- Redaksi WE Online. (2021, Februari 11). *UMKM Diharap Bersiap, Kemenkop UKM Akan Siapkan Stimulus pada 2021*. Retrieved 2021, from Wartaekonomi.co.id.
- Richard, O.C., Wu, P., & Chadwick, K. (2009), The Impact of Entrepreneurial Orientation on Firm Performance: The Role of CEO Position Tenure and Industry Tenure. *The International Journal of Human Resource Management*, Vol. 20, No. 5, 1078-1095.
- Riswanto, A., Hurriyati, R., Wibowo, L.A., & Gaffar, V. (2019), Effect of Market Orientation on Business Performance in Msmes as Mediating by Dynamic Marketing Capabilities, *Quality Access to Success*, Vol. 20, No. 172, 78-83.
- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental Research Statistics for the Behavioral Sciences Research Methods for Business*, by: John T Roscoe, U, Sekaran, R, Bougie (2016). A skill building approach. John Wiley & Sons.
- Safitri, F. N. (2020, Desember 30). *Dampak Covid-19 terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia*. Retrieved 2021, from Kumparan.com.
- Sahoo, S., & Yadav, S. (2017). Entrepreneurial Orientation of SMEs, Total Quality Management and Firm Performance. *Journal of Manufacturing Technology Management*, Vol. 28, No. 7, 892-912.
- Samsir, S. (2018). The effect of leadership orientation on innovation and its relationship with competitive advantages of small and medium enterprises in Indonesia. *International Journal of Law and Management*.
- Santia, T. (2020, September 4). *Berapa Jumlah UMKM di Indonesia? Ini Hitungannya*. Retrieved 2021, from [Liputan 6.com](http://Liputan6.com): <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4346352/berapa-jumlah-umkm-di-indonesia-ini-hitungannya>

- Santos, J.B., & Brito, L.A.L. (2012), Toward a Subjective Measurement Model for Firm Performance, *BAR - Brazilian Administration Review*, Vol. 9, 95-117.
- Schumpeter, J. (1947). Theoretical Problems of Economic Growth. *The Journal of Economic History*, Vol. 7, No. 1, 1-9. doi:10.1017/S0022050700065189.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (6th ed.)*. Wiley.
- _____ (2014). *Research Method for Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sigalas, C., & Papadakis, V. (2018), Empirical Investigation of Relationship Patterns between Competitive Advantage and Superior Performance, *Journal of Strategy and Management*, Vol. 11, No. 1, 81-111.
- Su, Z., Xie, E., & Li, Y. (2011), Entrepreneurial Orientation and Firm Performance in New Ventures and Established Firms. *Journal of Small Business Management*, Vol. 49, No. 4, 558-577.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sun, M., & Tse, E. (2009), The Resource-Based View of Competitive Advantage in Two-Sided Markets. *Journal of Management Studies*, Vol. 46, No. 1, 45-64.
- Syafar, A.W. (2004), Build regional competitiveness through distinctive competence (distinctive competence) commodity-based excellence (in Indonesian Membangun Daya Saing Daerah Melalui Kompetensi Khas (Distinctive Competence) Berbasis Komoditi Unggul), *Usahawan*, No.3, 3-11.
- Taylor, C.R., Kim, K.H., Ko, E., Park, M.H., Kim, D.R., & Moon, H.I. (2008), Does Having a Market Orientation Lead to Higher Levels of Relationship Commitment and Business Performance? Evidence from The Korean Robotics Industry, *Industrial Marketing Management*, Vol. 37, 825-832.
- Tenenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y.-M., & Lauro, C. (2005). PLS Path Modeling. *Computational Statistics & Data Analysis*. Vol. 48, 159-205.
- Van Geenhuizen, M., Middel, R., & Lassen, A. H. (2008, September). *Corporate Entrepreneurship in SMEs during the Search for Discontinuous Innovations*. 9th International CINet Conference: Radical Challenges in Innovation Management, 827-841. Continuous Innovation Network.

- Wahyono, W. (2019). The mediating effects of product innovation in relation between knowledge management and competitive advantage. *Journal of Management Development*.
- Walker, R., Chen, J., & Aravind, D. (2015), Management Innovation and Firm Performance: An Integration of Research Findings. *European Management Journal*, Vol. 33, 407-422.
- Walter, A. A. (2006). The Impact of Network Capabilities and Entrepreneurial Orientation on University Spin-Off Performance. *Journal of Business Venturing*, Vol. 21, No. 4, 541-567.
- Wang, Y., & Lo, H. (2003). Customer-Focused Performance and The Dynamic Model for Competence Building and Leveraging: A Resource-Based View. *Journal of Management Development*, Vol. 22, No. 6, 483–526.
- Wiklund, J. a. (2003). Knowledge-Based Resources, Entrepreneurial Orientation, and the Performance of Small and Medium-Sized Businesses. *Strategic Management Journal*, Vol. 24, No. 13, 1307-1314.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Knowledge-Based Resources, Entrepreneurial Orientation, and the Performance of Small and Medium-Sized Businesses. *Strategic Management Journal*, Vol. 24, 1307–1314.
- _____ (2005). Entrepreneurial Orientation and Small Business Performance: A Configurational Approach. *Journal of Business Venturing*, Vol. 20, No. 1, 71-91.
- Zaenal, A. 2012. *UMKM Sebagai tulang Punggung Perekonomian Nasional*. Bandung: Alfabeta.
- Zaini, A. C., & Handoyo, S. E. Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, Vol. 3, No. 1, 72-81

