

SKRIPSI

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN,
ORIENTASI PASAR, DAN BUDAYA ORGANISASI
TERHADAP KINERJA USAHA PADA PEMILIK
USAHA DI JAKARTA**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA: CLARENCA MARGARETHA

NIM: 115170447

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT

GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2021

SKRIPSI

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN,
ORIENTASI PASAR, DAN BUDAYA ORGANISASI
TERHADAP KINERJA USAHA PADA PEMILIK
USAHA DI JAKARTA**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA: CLARENCA MARGARETHA

NIM: 115170447

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT

GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2021

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Clarencia Margaretha
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115170447
Program Studi : S1 Manajemen
Alamat : [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, 24 November 2021



Clarencia Margaretha

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

JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : CLARENCA MARGARETHA
NPM : 115170447
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN,
ORIENTASI PASAR, DAN BUDAYA
ORGANISASI TERHADAP KINERJA USAHA
PADA PEMILIK USAHA DI JAKARTA

Jakarta, 24 November 2021

Pembimbing



(Lydiawati Soelaiman, ST., MM)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : CLARENCA MARGARETHA
NIM : 115170447
PROGRAM JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAN,
ORIENTASI PASAR, DAN BUDAYA
ORGANISASI TERHADAP KINERJA USAHA
PADA PEMILIK USAHA DI JAKARTA

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 16 Desember 2021 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Franky Slamet, SE., MM
2. Anggota Penguji : Ida Puspitowati, SE., ME

Jakarta, 16 Desember 2021

Pembimbing



(Lydiawati Soelaiman, ST., MM)

ABSTRACT

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

(A)Clarencia Margaretha

(B) **THE IMPACT OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION, MARKET ORIENTATION, AND ORGANIZATIONAL CULTURE ON BUSINESS PERFORMANCE ON BUSINESS OWNERS IN JAKARTA**

(C) xv + pages 81 + 25 tables + 2 pictures

(D) **MANAGEMENT ENTREPRENEURSHIP**

(E) Organizations are required to always think innovatively and dare to take risks to achieve competitive advantage. The performance of the company is influenced by several factors such as entrepreneurial orientation, market orientation, and organizational culture. This study aims to determine whether there is an influence of entrepreneurial orientation, market orientation, and organizational culture on business performance in Jakarta. This study used a quantitative method with snowball sampling by distributing online questionnaires. The number of respondents obtained is 100 business owners in Jakarta, which is then processed using the PLS-SEM approach. The results of this study prove that entrepreneurial orientation, market orientation, and organizational culture have a positive and significant impact on business performance on business owners in Jakarta. This research is expected to provide benefits for business owners to improve entrepreneurial orientation, establish market orientation and maintain a good organizational culture in order to improve business performance.

(F) **Keywords:** entrepreneurial orientation, market orientation, organizational culture, organizational performance

(G) **References** 54

(H) Lydiawati Soelaiman, ST., MM

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

- (A) Clarencia Margaretha (115170447)
- (B) **PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR, DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA USAHA PADA PEMILIK USAHA DI JAKARTA**
- (C) xv + halaman 81 + 25 tabel + 2 gambar
- (D) **MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN**
- (E) Saat ini, organisasi dituntut untuk selalu berpikir inovatif serta berani mengambil risiko agar dapat mencapai keunggulan kompetitif. Kinerja dari perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan budaya organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan budaya organisasi terhadap kinerja usaha di Jakarta. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode snowball sampling dengan membagikan kuesioner online. Jumlah responden yang diperoleh adalah 100 pemilik usaha di Jakarta yang selanjutnya data diolah dengan menggunakan pendekatan PLS-SEM. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha pada pemilik usaha di Jakarta. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pemilik usaha untuk meningkatkan orientasi kewirausahaan, menetapkan orientasi pasar dan mempertahankan budaya organisasi yang sudah baik guna meningkatkan kinerja usahanya.
- (F) Kata Kunci: orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, budaya organisasi, kinerja usaha
- (G) Referensi 54
- (H) Lydiawati Soelaiman, ST., MM

HALAMAN MOTTO

“Impossible is just an opinion.”

--- Paulo Coelho

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulis ini saya persembahkan untuk:

1. Keluarga besar (Mama, Papa, Adik-adik) yang telah senantiasa mendukung dan mendoakan saya untuk menyelesaikan skripsi ini
2. Segenap civitas akademik Universitas Tarumanagara, staf, karyawan, dan seluruh mahasiswa
3. Teman-teman saya selama perkuliahan yang telah membantu saya baik dari semester 1-semester 8

KATA PENGANTAR

Pertama-tama, saya ucapkan puji dan syukur atas anugerah kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatNya sehingga dapat diberikan kemampuan untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Usaha pada Pemilik Usaha di Jakarta” guna untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, Jakarta.

Dalam melakukan penulisan pada skripsi ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang baik secara langsung maupun tidak langsung telah ikut turut serta dalam memberikan bantuan, bimbingan, dorongan, motivasi, semangat serta doa untuk penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada berbagai pihak, yaitu:

1. Ibu Lydiawati Soelaiman, ST., MM. selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, kesabaran dan pikiran untuk membimbing, serta memberikan pengarahan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Agustinus Purna Irawan, Selaku Rektor Universitas Tarumanagara
3. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Dr. Keni, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Tarumanagara
5. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
6. Segenap Bapak/Ibu Dosen, asisten dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah berkenan membantu dan membagikan ilmunya selama masa perkuliahan.

7. Keluarga besar saya mama (Thelma Tendea), papa (Oey Him Tjay), adik-adik (Aurelia Putri dan Alvin Fabio Putra) dan lainnya yang selalu memberikan dukungan dan doanya.
8. Serta teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan semangat.

Penulis sangat menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna yang dikarenakan keterbatasan akan pengalaman serta pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Maka dari itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat membantu bagi penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah wawasan serta pengetahuan bagi banyak pihak.

Jakarta, 24 November 2021

Penulis



Clarenca Margaretha

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah.....	3
3. Batasan Masalah	3
4. Rumusan Masalah	3
B. Tujuan dan Manfaat	4
1. Tujuan Penelitian	4
2. Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Gambaran Umum Teori.....	6
1. <i>Resource Based View Theory</i> (RBV).....	6
B. Definisi Konseptual Variabel	6
1. Orientasi Kewirausahaan	6
2. Orientasi Pasar	7
3. Budaya Organisasi	9
4. Kinerja Usaha.....	9
C. Kaitan antara Variabel-variabel	10

1.	Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja Usaha	10
2.	Orientasi Pasar dengan Kinerja Usaha	11
3.	Budaya Organisasi dengan Kinerja Usaha	11
D.	Penelitian yang Relevan	12
E.	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	14
BAB III	METODE PENELITIAN	16
A.	Desain Penelitian	16
B.	Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel	16
C.	Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	17
D.	Analisis Validitas dan Reliabilitas	20
E.	Analisis Data	25
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
A.	Deskripsi Subyek Penelitian	27
B.	Deskripsi Obyek Penelitian	30
C.	Hasil Analisis Data	34
D.	Pembahasan	39
BAB V	PENUTUP	41
A.	Kesimpulan	41
B.	Keterbatasan dan Saran	41
1.	Keterbatasan.....	41
2.	Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	48
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	80
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan	12
Tabel 3.1 Skala Likert.....	18
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Orientasi Kewirausahaan.....	18
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Orientasi Pasar.....	19
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Budaya Organisasi.....	20
Tabel 3.5 Operasionalisasi Variabel Kinerja Usaha	21
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas dengan <i>Outer Loading</i>	22
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas setelah Penghapusan Indikator Tidak Valid	23
Tabel 3.8 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)</i>	24
Tabel 3.9 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	25
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	27
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	27
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili Usaha	28
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Lama Berdirinya Usaha	28
Tabel 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Bidang Usaha	29
Tabel 4.6 Karakteristik Responden berdasarkan Jumlah Karyawan	30
Tabel 4.7 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner berdasarkan Variabel Orientasi Kewirausahaan.....	31
Tabel 4.8 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner berdasarkan Variabel Orientasi Pasar	32
Tabel 4.9 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner berdasarkan Variabel Budaya Organisasi	32
Tabel 4.10 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner berdasarkan Variabel Kinerja Usaha	33
Tabel 4.11 Hasil <i>Coefficient of Determination</i>	34
Tabel 4.12 Hasil <i>Predictive Relevance</i>	35
Tabel 4.13 Hasil <i>Path Coefficient</i>	35
Tabel 4.14 Hasil <i>Effect Size (F-Square)</i>	36
Tabel 4.15 Uji <i>Path Coefficient Bootstrapping</i>	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	14
Gambar 4.2 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	48
Lampiran 2: Hasil Tanggapan dari Responden.....	53
Lampiran 3: Deskripsi Responden.....	69
Lampiran 4: Deskripsi Variabel.....	71
Lampiran 5: <i>Outer Model</i>	74
Lampiran 6: <i>Inner Model</i>	78

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Pandemi Covid-19 telah membawa dampak yang signifikan terhadap perekonomian di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Hal ini bukan hanya dirasakan oleh negara-negara berkembang saja, tetapi juga berdampak pada negara-negara maju. Akibatnya, banyak sektor yang mengalami kesulitan diantaranya sektor perdagangan barang, ekspor dan impor, investasi, keuangan, dll (Purwanto, 2021). Banyak perusahaan mengalami kesulitan untuk beradaptasi akibat adanya Covid-19 sehingga menurut data BPS, 8 dari 10 perusahaan mengalami penurunan pendapatan sebesar lebih dari 80% diantaranya sektor makanan dan minuman, industri, perdagangan, dll (cnnindonesia.com). Walaupun demikian, ada juga perusahaan yang tidak mengalami penurunan pendapatan yaitu sebesar 14,6% masih memiliki pendapatan yang sama seperti sebelumnya bahkan 2,55% mengalami peningkatan pendapatan (cnnindonesia.com). Menurut BPS, sektor yang tumbuh selama pandemi adalah sektor komunikasi, perbankan, pendidikan, dan kesehatan (Hamdi & Hantoro, 2020).

Untuk memulihkan keadaan perekonomian saat ini, kewirausahaan sangat berperan penting dan berkontribusi besar bagi negara. Oleh karena itu perusahaan perlu beradaptasi dengan memperhatikan kinerja usahanya agar mampu bertahan dalam kondisi ini. Menurut Homburg et al (1999) kinerja usaha meliputi efektivitas dalam pencapaian tujuan usaha, efisiensi dalam menghasilkan *output*, dan adaptasi terhadap lingkungan yang berubah. Hasil kinerja yang baik, dapat dilihat dari cara seseorang mampu berinovasi. Organisasi dengan tingkat inovasi yang tinggi akan berhasil dalam mengembangkan kemampuan baru yang memungkinkan mereka mendapatkan hasil yang terbaik (Ullah et al, 2019).

Orientasi kewirausahaan dianggap menjadi suatu kunci untuk dapat memperoleh kinerja yang lebih baik. Orientasi kewirausahaan dapat membantu suatu organisasi untuk mengembangkan solusi yang lebih baik (Shah & Ahmad, 2019). Dengan adanya orientasi kewirausahaan, perusahaan selalu siap menghadapi persaingan di tengah pasar yang bergejolak (Abu-Rumman et al, 2021). Orientasi kewirausahaan berperan penting untuk perusahaan dalam menemukan peluang baru dan merefleksikan kemampuan wirausaha untuk melakukan inovasi, proaktif, dan berani mengambil resiko (Sahoo & Yadav, 2017). Orientasi kewirausahaan merupakan pendekatan yang mengacu pada pengambilan keputusan dan pelaksanaan bisnis dalam upaya memperoleh kinerja yang lebih baik.

Selain orientasi kewirausahaan, orientasi pasar juga berpengaruh terhadap kinerja usaha. Orientasi pasar berarti pemilik usaha mengetahui apa yang diinginkan para pelanggan terkait produk atau layanan yang diciptakan. Orientasi pasar dapat menjadi kontributor pertama bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam lingkungan bisnis (Buli, 2017). Menurut Narver & Slater (1990), orientasi pasar merupakan hal yang paling efektif dan efisien untuk menciptakan perilaku dalam menciptakan nilai istimewa bagi pelanggan. Sebuah penelitian dari Kumar et al (2011), menyatakan bahwa kinerja perusahaan akan meningkat dengan adanya orientasi pasar. Dengan demikian usaha yang menganut konsep orientasi pasar dapat mengembangkan kepuasan pelanggan dan menciptakan nilai pelanggan yang unggul sehingga menghasilkan kinerja usaha yang unggul pula (Dadfar et al, 2013).

Tidak hanya orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar, budaya organisasi juga dapat berpengaruh pada usaha. Karakter setiap orang tentunya berbeda-beda dalam menentukan sikap dan perilaku dalam bertindak, Budaya organisasi dianggap sebagai penentu paling signifikan bagi keberhasilan usaha (Rehman et al, 2019). Budaya organisasi

mempengaruhi sikap pekerja, yang dapat dirasakan melalui sikap dan hubungan mereka kepada pelanggan. (Gregory et al, 2009).

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha dengan judul **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Usaha pada Pemilik Usaha di Jakarta”**.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dan dijelaskan diatas, maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang terjadi, yaitu:

- a. Apakah orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha?
- b. Apakah orientasi pasar memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha?
- c. Apakah budaya organisasi memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha?

3. Batasan Masalah

Dikarenakan adanya keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian, maka dari itu penelitian ini diberi Batasan sebagai berikut:

- a. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemilik usaha di Jakarta.
- b. Variabel yang diteliti di dalam penelitian ini adalah orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, budaya organisasi, dan kinerja usaha.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh dari orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha di Jakarta?
- b. Apakah terdapat pengaruh dari orientasi pasar terhadap kinerja usaha di Jakarta?
- c. Apakah terdapat pengaruh dari budaya organisasi terhadap kinerja usaha di Jakarta?

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha di Jakarta.
- b. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari orientasi pasar terhadap kinerja usaha di Jakarta.
- c. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari budaya organisasi terhadap kinerja usaha di Jakarta.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

a. Bagi Penulis

Penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam menerapkan kinerja usaha dengan pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan budaya organisasi sebagai pedoman praktek di lapangan.

b. Bagi Pemilik Usaha

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah agar pelaku usaha dapat mengetahui faktor-faktor yang dapat membantu meningkatkan kinerja usahanya. Para pelaku usaha perlu

memperhatikan orientasi kewirausahaan, seperti pengambilan resiko, inovasi dan proaktif secara optimal berdasarkan kemampuan dan keterampilannya. Selain itu, pelaku usaha juga harus mempertimbangan orientasi pasar sehingga dapat membantu usaha dalam memahami kebutuhan pelanggan. Penelitian ini juga memberikan masukan kepada pemilik usaha untuk memperhatikan budaya organisasi karena hal ini dapat menentukan sikap para pekerja yang dapat dirasakan oleh pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto, H.M. (2015). *Partial Least Square, Alternative Structural Equation Modelling (SEM) in Business Reasearch*. Yogyakarta; Andi.
- Abu-Rumman, A., Shraah, A. A., Al-Maidi, F., & Alfalah, T. (2021). Entrepreneurial networks, entrepreneurial orientation, and performance of small and medium enterprises: are dynamic capabilities the missing link?. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 10(1).
- Agbejule, A. (2011). Organizational culture and performance: the role of management accounting system. *Journal of Applied Accounting Research*, Vol. 12 No. 1, pp. 74-89.
- Al-Dhaafri, H. S., & Alosani, M. S. (2020). Impact of total quality management, Organizational excellence and entrepreneurial orientation on organizational performance: empirical evidence from the public sector in UAE. *Benchmarking: An International Journal*, Vol. 27 No. 9, pp. 2497-2519.
- Ali, G. A., Hilman, H., & Gorondutse, A. H. (2020). Effect of entrepreneurial orientation, market orientation and total quality management on performance Evidence from Saudi SMEs. *Benchmarking: An International Journal*, Vol. 27 No. 4, pp. 1503-1531.
- Antony, J. P., & Bhattacharyya, S. (2010). Measuring organizational performance and organizational excellence of SMEs – Part 2: an empirical study on SMEs in India. *Measuring business excellence*, Vol. 14 No. 3, pp. 42-52.
- Bamfo, B. A., & Kraa, J. J. (2019). Market orientation and performance of small and medium enterprises in Ghana: The mediating role of innovation. *Cogent Business & Management*, 6(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1605703>.
- Barney, J.B. (1991), “Firm resources and sustainable competitive advantage”, *Journal of Management*, Vol. 17 No. 1, pp. 99-120.
- Bing, L. and Zhengping, F. (2011), “Relationship between strategic orientation and organizational performance in born global: a critical review”, *International Journal of Business and Management*, Vol. 6 No. 3, pp. 109-115.
- BPS. (2019). Jumlah perusahaan menurut provinsi (unit), 2017-2019. <https://www.bps.go.id/indicator/170/440/1/jumlah-perusahaan-menurut-provinsi.html>
- Buli, B.M. (2017). “Entrepreneurial orientation, market orientation and performance of SMEs in the manufacturing industry: evidence from Ethiopian enterprises”, *Management Research Review*, Vol. 40 No. 3, pp. 292-309.

- Chin, W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. In: G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research* (pp. 295-358). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- CNN Indonesia. 2020. BPS: 82 persen pendapatan perusahaan merosot di era Covid-19. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20201007131253-92-555422/bps-82-persen-pendapatan-perusahaan-merosot-di-era-covid-19>
- Covin, J. G., Wales, W., & J. (2019). Crafting high-impact entrepreneurial orientation research: Some suggested guidelines. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(1), 3–18.
- Dadfar, H., Brege, S., & Semnani, S. S. E. (2013). Customer involvement in service production, delivery and quality: The challenges and opportunities. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 5(1), 46–65.
- Frambach, Ruud T. & Prabhup, Jaideep & Verhallenc, Theo M.M. (2003). The influence of business strategy on new product activity: The role of market orientation. *International Journal of Research in Marketing*, 20, pp. 377-397.
- Garalka dan Darmanah. (2019). *Metodologi Penelitian*. Lampung Selatan: CV. Hira Tech.
- García-Fernández, J., Martelo-Landroguez, S., Vélez-Colon, L., & Cepeda-Carrion, G. (2018). An explanatory and predictive PLS-SEM approach to the relationship between organizational culture, organizational performance and customer loyalty The case of health clubs. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, Vol. 9 No. 3, pp. 438-454.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Gregory, B.T., Harris, S.G., Armenakis, A.A. and Shook, C.L. (2009), “Organizational culture and effectiveness: a study of values, attitudes, and organizational outcomes”, *Journal of Business Research*, Vol. 62 No. 7, pp. 673-679.
- Habib, Md. A., Bao, Y., & Ilmudeen, A. (2020). “The impact of green entrepreneurial orientation, market orientation and green supply chain management practices on sustainable firm performance”. *Cogent Business & Management*, Vol. 7, pp. 1-26.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <http://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hamdi, I & Hantoro, J. 2020. Rapat UMP DKI, BPS ungkap sector yang tak terdampak pandemik covid-19. <https://metro.tempo.co/read/1403671/rapat-ump-dki-bps-ungkap-sektor-yang-tak-terdampak-pandemi-covid-19/full&view=ok>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The Use of Partial Least Squares Path Modeling In International Marketing. *New Challenges to International Marketing Advances in International Marketing* , 20, 277–319.

- Herlina, Vivi. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Homburg, C., Krohmer, H., & Workman, J. P. (1999). Strategic consensus and performance: The role of strategy type and market-related dynamism. *Strategic Management Journal*, 20(4), 339-357.
- Julian, C. C., Mohamad, O., Ahmed, Z. U., & Sefnedi, S. (2014). The market orientation–Performance relationship: The empirical link in export ventures. *Thunderbird International Business Review*, 56(1), 97–110.
- Khan, I., & Bashir, T. (2020). Market Orientation, Social Entrepreneurial Orientation, and Organizational Performance: The Mediating Role of Learning Orientation. *Iranian Journal of Management Studies*, Vol. 13 No. 1, pp. 673-703.
- Kim, T., & Chang, J. (2018). Organizational culture and performance: a macro-level longitudinal study. *Leadership & Organization Development Journal*, Vol. 40 No. 1, 2019 pp. 65-84.
- Kiyabo, K., & Isaga, N. (2020). Entrepreneurial orientation, competitive advantage, and SMEs' performance: Application of firm growth and personal wealth measures. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 1–15.
- Kumar, V., Jones, E., Venkatesan, R., & Leone. (2011). Is market orientation a source of sustainable competitive advantage or simply the cost of competing?. *Journal of Marketing*, 75(1), 16–30.
- Liu, S. (2009). Organizational culture and new service development performance: Insights from knowledge intensive business service. *International Journal of Innovation Management*, 13(03), 371–392.
- Lo, May. C., Wang, Yin. C., Wah, Constance, R. J., & Ramayah, T. (2016). The critical success factors for organizational performance of SMEs in Malaysia: a partial least squares approach. *Review of Business Management*, Vol. 18(61).
- Lolowang, N. L., Troena, E. A., Djazuli, A., & Aisjah, S. (2019). “The effect of leadership and organizational culture on employee performance that is educated by motivation (study on the implementation empowerment programs in Jayapura city)”. *Journal Problems and Perspectives in Management*, Vol. 17 No. 1, pp. 268-277.
- Masa'deh, R., Al-Henzab, J., Tarhini, A., & Obeidat, B.Y. (2018). The associations among market orientation, technology orientation, entrepreneurial orientation and organizational performance. *An International Journal*, Vol. 25 No. 8, 2018 pp. 3117-3142.
- Narver, J.C. and Slater, S.F. (1990), “The effect of a market orientation on business profitability”, *Journal of Marketing*, Vol. 54 No. 4, pp. 20-35.
- Nurdin, I dan Hartati, S (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendikia.

- Nuryanto, U. W., Mz, M. D., Sutawidjaya, A. H., & Saluy, A. B. (2020). The Impact of Social Capital and Organizational Culture on Improving organizational performance. *International Review of Management and Marketing*, Vol. 10 No. 3, pp. 93-100.
- Ogbonna, E. (1993), "Managing organizational culture: fantasy or reality? Human Resource Management Journal, Vol. 3 No. 2, pp. 42-54.
- Ogbonna, E. and Harris, L.C. (2000), "Leadership style, organizational culture and performance: empirical evidence of UK companies", *International Journal of Human Resource Management*, Vol. 11 No. 4, pp. 766-88.
- Oluwa, A. R., & Ibrahim, U. A. (2021). Investigating the influence of Organizational culture on the performance of Small and Medium Enterprises (SMEs): Evidence from Nigeria. *International Journal of Research in Business & Social Science*, Vol. 10 No. 4, pp. 484-495.
- Parveen, F., Jaafar, N, I., & Ainin, S. (2016). Social media's impact on organizational performance and entrepreneurial orientation in organizations. *Management Decision*. 54(9), 2208-2234.
- Pinho, J. C., Rodrigues, A. P., & Dibb, S. (2013). "The role of corporate culture, Market Orientation and Organizational commitment in organizational performance The case of non-profit organisations". *Journal of Management Development*, Vol. 33 No. 1, pp. 374-398.
- Purwanto, Antonius. 2021. Ekonomi dunia di masa pandemi Covid-19: dari dampak hingga proyeksi pertumbuhan 2021-2022. <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/ekonomi-dunia-di-masa-pandemi-covid-19-dari-dampak-hingga-proyeksi-pertumbuhan-2021-2022>
- Rehman, S.-U., Mohamed, R., & Ayoup, H. (2019). The mediating role of organizational capabilities between organizational performance and its determinants. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1-23.
- Sahoo, S. and Yadav, S. (2017). Entrepreneurial orientation of SMEs, total quality management and firm performance. *Journal of Manufacturing Technology Management*, Vol. 28 No. 7, pp. 892-912.
- Shah, S. Z., & Ahmad, M. (2019). Entrepreneurial orientation and performance of small and medium-sized enterprises: Mediating effects of differentiation strategy. *Competitiveness Review*, 29(5), 551–572
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Teeratansirikool, L., Siengthai, S., Badir, Y., & Charoenngam, C. (2013). Competitive Strategies and Firm Performance: The Mediating Role of Performance Measurement. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 62(2).

- Ullah, I., Mirza, B., Kashif, A. R., & Abbas, F. (2019). " Examination of knowledge management and market orientation, innovation and organizational performance: Insights from telecom sector of Pakistan". *Knowledge Management & E-Learning*, Vol. 11 No. 4, pp. 522-551.
- Wahyudi, Setyo Tri. (2017). *Statistika Ekonomi (Konsep, Teori dan Penerapan)*. Malang: UB Press.
- Wati, Lela Nurlaela. 2018. *Metodologi Penelitian Terapan*. Jakarta : CV. Mujahid Press.
- Yusuf, A. M. 2017. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana

