

SKRIPSI

**PENGARUH INOVASI PRODUK, ORIENTASI PASAR
DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KINERJA USAHA
UMKM FASHION DI JAKARTA BARAT**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA : ELIORA LORENSA

NPM : 115180146

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT- SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2022

SKRIPSI

**PENGARUH INOVASI PRODUK, ORIENTASI PASAR
DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KINERJA USAHA
UMKM FASHION DI JAKARTA BARAT**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA : ELIORA LORENSA

NPM : 115180146

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT- SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2022

SURAT PLAGIAT



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Eliora Lorensa
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115180146
Program Studi : SI Manajemen
Alamat : Jl. Pejagalan 4 no.2 rt 003 rw 005 Kel Pekojan
Kec Tambora, Jakarta Barat
Telp. - _____
HP. 081263193205

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, 04 Januari 2022



Eliora Lorensa

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 : ELIORA LORENSA
NIM : 115180146
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH INOVASI PRODUK,
ORIENTASI PASAR DAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP KINERJA USAHA UMKM
FASHION DI JAKARTA BARAT.

Jakarta, 13 Desember 2021

Pembimbing,



(Nur Hidayah, S.E., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : ELIORA LORENSA
NIM : 115180146
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH INOVASI PRODUK,
ORIENTASI PASAR DAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP KINERJA USAHA UMKM
FASHION DI JAKARTA BARAT.

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 12 Januari 2022 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Tommy S. Ruslim, SE., MM
2. Anggota Penguji : Nur Hidayah, SE., MM
Carol Daniel Kadang, SE, MM

Jakarta, 12 Januari 2022

Pembimbing,



(Nur Hidayah, S.E., M.M.)

ABSTRACT

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

(A) Eliora Lorensa (115180146)

(B) *THE EFFECT OF PRODUCT INNOVATION, MARKET ORIENTATION AND SOCIAL MEDIA ON BUSINESS PERFORMANCE OF FASHION MSMEs IN WEST JAKARTA*

(C) *xvi + 95 pages, 26 tables, 9 pictures, 4 attachments*

(D) *Entrepreneurial Management*

(E) ***Abstract:*** *The purpose of this study was to determine the effect of product innovation, market orientation, and social media on the business performance of fashion MSMEs in West Jakarta. The population in this study is fashion MSMEs in West Jakarta. Non-probability sampling was used in this study with the sampling technique purposive sampling. The number of samples used in this study was 80 respondents of fashion MSMEs owners in West Jakarta. The data is processed using SmartPLS software. The results of this study indicate that product innovation has a positive and significant effect on MSME business performance, market orientation has a positive and significant effect on MSME business performance and social media has a positive and significant effect on MSME business performance.*

(F) ***Keywords:*** *Product Innovation, Market Orientation, Social Media, Business Performance.*

(G) Daftar Pustaka 62 (1984-2021)

(H) Nur Hidayah, S.E., M.M.

ABSTRAK

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

(A) Eliora Lorensa (115180146)

(B) PENGARUH INOVASI PRODUK, ORIENTASI PASAR DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KINERJA USAHA UMKM FASHION DI JAKARTA BARAT.

(C) xvi + 95 halaman, 26 tabel, 9 gambar, 4 lampiran

(D) MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN

(E) Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, orientasi pasar dan media sosial terhadap kinerja usaha UMKM *fashion* di Jakarta Barat. Populasi dalam penelitian ini yaitu UMKM *fashion* yang berada di Jakarta Barat. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Jumlah Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 80 responden pemilik usaha UMKM *fashion* di Jakarta Barat. Data diolah menggunakan *software* SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM, orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM dan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM.

(F) Kata kunci: Inovasi Produk, Orientasi Pasar, Media Sosial, Kinerja Usaha.

(G) Daftar Pustaka: 62 acuan (1984-2021)

(H) Nur Hidayah, S.E., M.M.

HALAMAN MOTO

Tak berkesudahan kasih setia Tuhan,
Tak habis-habisnya rahmat-Nya,
Selalu baru tiap pagi;
Besar Kesetiaan-Mu!
Ratapan 3: 22-23

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk :
Kedua orang tua dan adik saya yang saya sayangi dan
semua sahabat serta teman-teman yang telah mendukung saya selama ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, segala hikmat dan penyertaan-Nya dalam pembuatan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha UMKM *Fashion* di Jakarta Barat”. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Ekonomi Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya atas bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terwujud dengan baik yaitu kepada yang terhormat:

1. Ibu Nur Hidayah, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, tenaga dan pengarahan yang sangat baik sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Keni, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Frangky Slamet, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Seluruh dosen, asisten dosen, staf dan karyawan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Tarumanagara yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pembelajaran selama perkuliahan berlangsung.
6. Kepada kedua orang tua dan adik saya (Fanny Lorensa) yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doa kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

7. Kepada Bella Carissa Marco, Gladys Olivia, Thalia Fransisca, Silvy Saunia, Cindy, dan Yosafat Raymond selaku teman-teman penulis selama menjalankan perkuliahan ini.
8. Kepada Cynthia Gan, Yunita Gunawan dan Pauline yang telah memberikan dukungan, semangat dan motivasi kepada penulis dalam menulis dan menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada Sintia Dewi, Aileen Faricia, Ferry Irawan, dan Angelia Natasha selaku senior penulis yang telah memberikan bantuan dan berbagai informasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh responden yang sudah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penulis.
11. Semua pihak yang sudah terlibat dan memberikan dukungan selama penulis menyusun skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi penyusunan, isi dan penulisan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun akan diterima dengan senang hati. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, 30 Desember 2021

Penulis,

Eliora Lorensa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PLAGIAT	i
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah	4
3. Batasan Masalah.....	5
4. Rumusan Masalah	5
B. Tujuan dan Manfaat	5
1. Tujuan	5
2. Manfaat	6
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI.....	7
A. Gambaran Umum Teori	7
B. Definisi Konseptual Variabel.....	8
1. Inovasi Produk	8
2. Orientasi Pasar	8
3. Media Sosial.....	9

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, D. (2018). Pengaruh modal usaha, orientasi pasar, dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 95-112. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.4991>
- Adebayo, P. (2015). Impact of social media on students entrepreneurial orientation: a study of selected institutions in Nigeria. *Journal of the International Association of Advanced Technology and Science*, 1(12), 1-13.
- Adler, P.S., & Kwon, S.W. (2002). Social capital: prospect for a new concept. *Academy of Management Review*, 27(1), 17-40.
- Al Mamun, A., Fazal, S. A., and Muniady, R. (2019). Entrepreneurial knowledge, skills, competencies and performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1), 29–48. <https://doi.org/10.1108/apjie-11-2018-0067>
- Aprilinda, N. (2020). Pengaruh media sosial dan manajemen pengetahuan terhadap kinerja usaha UMKM di Purwakarta. *Skripsi*. Universitas Tarumanagara.
- Barney, J. (1991). Firm rources and sustained competitive advantage. In *Journal of Management* (Vol. 17, Issue 1, pp. 99–120).
- Bastian, I. (2001). Akuntansi Sektor Publik di Indonesia. Yogyakarta: BPF.
- Budiman, O. N., & Hidayah, N. (2021). Pengaruh dukungan sosial, basis pengetahuan dan orientasi pribadi terhadap keberhasilan wanita wirausaha. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(2), 426-434.
- Chatterjee, S., & Kar, A. K. (2020). Why do small and medium enterprises use social media marketing and what is the impact: Empirical insights from India. *International Journal of Information Management*, 53, 102-103.

- Cravens, D.W., & Piercy, N.F. 2013. *Strategic Marketing*. Singapore: McGraw-Hill Companies.
- Damanpour, F. (1996). Organizational complexity and innovation: developing and testing multiple contingency models. *Management Science*, 42 (5), 693-716.
- Davis, P. S., Babakus, E., Englis, P. D., & Pett, T. (2010). The Influence of CEO Gender on Market Orientation and Performance in Service Small and Medium-Sized Service Businesses. *Journal of Small Business Management*, 48(4), 475–496. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00305.x>
- Demirbag, M., Lenny Koh, S.C., Tatoglu, K., and Zaim, S. (2006). TQM and Market orientations impact on SME's performance. *Industrial Management and Data System*, 106 (8), 1206-1228.
- Deng, S. and Dart, J. (1994). Measuring market orientation: a multi-factor, multi-item approach. *Journal of Marketing Management*, 10 (8), 725-42.
- Durkin, M., McGowan, P., & McKeown, N. (2013). Exploring social media adoption in small to medium-sized enterprises in Ireland. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(4), 716-734.
- Hair, J.F., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 138–152.
- Hair, Joseph F., Hult, T. M., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2013). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. New York: SAGE Publication.
- Henseler, J., Ringle, C. M., and Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. *Advances in International Marketing*, 20, 277–320.
- Herman, H., Hady, H., & Arafah, W. (2018). The Influence of Market Orientation and Product Innovation on the Competitive Advantage and Its Implication toward Small and Medium Enterprises (UKM) Performance. *International*

Journal of Science and Engineering Invention, 4(8), 8–21.
<https://doi.org/10.23958/ijsei/vol04-i08/02>

- Hughes, M., & Morgan, R. E. (2007). Deconstructing the relationship between entrepreneurial orientation and business performance at the embryonic stage of firm growth. *Industrial Marketing Management*, 36(5), 651–661.
<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2006.04.003>
- Hurley, R. F., and Hult, T. M. (1998). Innovation, market orientation, an organizational learning: An integration and empirical examination. *Journal Marketing*, 62, 42-54.
- Ie, M., & Pratama, V. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pada Usaha Kecil Dan Menengah Sektor Ritel. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 156-164.
<https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.4279>
- Kalil, K., dan Aenurohman, E. A. (2020). Dampak kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja UKM di kota Semarang. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1), 69-77. <https://doi.org/10.23917/humaniora.v21i1.8581>
- Koe, W. L. (2016). The relationship between Individual Entrepreneurial Orientation (IEO) and entrepreneurial intention. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0057-8>
- Kohli, A. K., and Jaworski, B. J. (1990). Market orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications. *Journal of Marketing*, 54(2), 1. <https://doi.org/10.2307/1251866>
- Ludiya, E., dan Maulana, A. R. (2020). Pengaruh karakteristik wirausaha dan inovasi terhadap kinerja usaha pada UMKM fashion di kota Cimahi. *KINERJA*, 17(1), 113-120.
- Mahfud, Y. (2018). Efek mediasi market orientation pada hubungan antara entrepreneurial orientation dengan business performance (studi kasus pada UMKM sektor industri makanan dan minuman di Kabupaten Wonosobo). *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 5(2), 148–160. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v5i2.460>

- Mahoney, J. T., & Pandian, J. R. (1992). The resource-based view within the conversation of strategic management. *Strategic management journal*, 13(5), 363-380.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation*. Pearson.
- McCann, M., & Barlow, A. (2015). Use and measurement of social media for SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(2), 273–287. <https://doi.org/10.1108/JSBED-08-2012-0096>
- Moerdiyanto, M. (2010). Pengaruh tingkat pendidikan manajer terhadap kinerja. *Cakrawala Pendidikan*, 1, 116-29.
- Monecke, A., & Leisch, F. (2012). *The Journal of Statistical Software*. <http://www.jstatsoft.org/>
- Morgan, R. E., & Strong, C. A. (2003). Business performance and dimensions of strategic orientation. *Journal of Business Research*, 56(3), 163–176.
- Mount, M. and Garcia Martinez, M. (2014). Social media: a tool for open innovation. *California Management Review*, 56(4), 124-143.
- Mulyono, A., Jawad, A. A., dan Purwanto, Y. (2021). Pengabdian kepada masyarakat pembinaan strategis peningkatan daya saing usaha mikro kecil menengah (UMKM) dalam menghadapi persaingan global. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif*, 2(2), 10-20. <http://dx.doi.org/10.32493/jlkkkk.v2i2.p10-20.11609>
- O’Leary, D.E. (2011). The use of social media in the supply chain: survey and extensions. *Intelligent Systems in Accounting, Finance & Management*, 18 (2/3), 121-144.
- Otero-Neira, C., Lindman, M. T., and Fernández, M. J. (2009). Innovation and performance in SME furniture industries: An international comparative case study. *Marketing Intelligence and Planning*, 27(2), 216–232. <https://doi.org/10.1108/02634500910944995>

- Pelham, A.M., and Wilson, D.T. (2001). A longitudinal study on 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*, 24(1), 27-43.
- P.N. Howard and M.R Parks. 2012. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 383-404.
- Powers, T. L., & Hahn, W. (2004). Critical competitive methods, generic strategies, and firm performance. *The International Journal of Bank Marketing*, 22 (1), 43-64.
- Prajogo, D.I. (2006). The relationship between innovation and business performance—a comparative study between manufacturing and service firms. *Knowledge and Process Management*, 13(3), 218-225. <https://doi.org/10.1002/kpm.259>
- Purnamasari, S., & Wijaya, A. (2020). Pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan kemampuan pemasaran terhadap kinerja bisnis UMKM *clothing line*. *Business Management Journal*, 16(1), 12.
- Putri, Y. D., & Ie, M. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Lingkungan dan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha UMKM di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4), 1106–1114. <http://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/9896>
- Rowley, J., Baregheh, A., and Sambrook, S. (2011). Towards an innovation-type mapping tool. *Management Decision*, 49(1), 73-86. <https://doi.org/10.1108/00251741111094446>
- Sanjaya, Wina. (2015). *Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sekaran, U., and Bougie, R. (2013). *Research methods for business*. Jakarta: Wiley.
- Siyoto, S., dan Sodik, A. (2015). *Dasar metodologi penelitian* (Ayup (ed.); 1st ed.).

- Srijani, K. N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8(2), 191. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sukaryawan, I. M. (2013). Pengaruh Orientasi Pasar, Kewirausahaan, Dan Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Pada Perusahaan Aspal-beton (Hotmix) Di Jabodetabek. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 3(2), 154922.
- Syafruddin, S., Asdar, M., Parawansa, D. A., & Nohong, M. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Teknologi Terhadap Kinerja Usaha UKM. *Celebes Equilibrium Journal*, 2(1), 01-09. <https://doi.org/10.37541/eq.v2i1.508>
- Tajvidi, R., & Karami, A. (2017). The effect of social media on firm performance. *Computers in Human Behavior*, 115, 105174. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.09.026>
- Tjiptono, F. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Udriyah, U., Tham, J., & Azam, S. (2019). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile SMEs. *Management Science Letters*, 9(9), 1419-1428.
- Umar, H. (2007). *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Verbyani, V., & Handoyo, E. (2021). Pengaruh inovasi, orientasi kewirausahaan dan pasar terhadap keunggulan bersaing ukm kuliner. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, III(3), 875–883.
- Verhees, F. J. H. M., & Meulenberg, M. T. G. (2004). Market orientation, innovativeness, product innovation and performance in Small Firms. *Journal of Small Business Management*, 42(2), 134–154.

Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5, 171–180.

Wong, A., Tjosvold, D. & Liu, C. (2009), Innovation by teams in Shanghai, China: cooperative goals for group confidence and persistence. *British Journal of Management*, 20(2), 238-251.

Yamin, S., dan Kurniawan, H. (2009). *Struktural equation modeling: Belajar lebih mudah teknik analisa data kuesioner dengan lisrel-PLS*. Jakarta: Salemba Infotek. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

<https://www.bps.go.id/indicator/6/1953/1/jumlah-dan-persentase-penduduk-bekerja-dan-pengangguran.html>

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html> diakses 30 Juli 2021

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI :

1. Nama Lengkap : Eliora Lorensa
2. Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 03 September 2000
3. Alamat : Jl. Pejagalan 4 no 2, Tambora, Jakarta Barat
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Agama : Kristen
6. Kewarganegaraan : Indonesia
7. No.Telp : 081263193205
8. E-mail : elioralorensa12@gmail.com

PENDIDIKAN FORMAL

1. 2018 – Sekarang : S1 Manajemen, Universitas Tarumanagara
2. 2015 – 2018 : SMA Stella Maris
3. 2012 – 2015 : SMP Ir. H. Djuanda
4. 2006 – 2012 : SD Ir. H. Djuanda

HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN

12/14/2021

Turnitin

Turnitin Originality Report

Processed on: 14-Dec-2021 21:44 WIB
ID: 1730230620
Word Count: 10947
Submitted: 1

**PENGARUH INOVASI PRODUK,
ORIENTASI PASAR DAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP KINERJA USAHA
UMKM FASHION DI JAKARTA BARAT**
By Sm Eliora Lorensa



(Lerbin R. Aritonang R.)
Manajemen Litbang FE UNTAR

Similarity Index	Similarity by Source
5%	Internet Sources: 5% Publications: 3% Student Papers: N/A

- 1% match (Internet from 14-Dec-2021)

<https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/download/13439/8210>
 - 1% match (Internet from 24-Nov-2021)

<https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/download/13209/8082>
 - 1% match (Internet from 03-Dec-2021)

<http://repository.untar.ac.id/31902/1/Sharen%20Elen%20115150094%20JA.pdf>
 - 1% match (Internet from 07-Sep-2021)

http://wisuda.unissula.ac.id/app/webroot/img/library/detail81/S1%20Manajemen_30401700069_fulldoc.doc
 - 1% match (Internet from 15-Jul-2020)

https://sinta.unud.ac.id/uploads/dokumen_dir/120294hc27c559a18daee646399d719a.pdf
 - 1% match ()

[Nafsiyah, Ida Fitrotul. "INTENSI BERWIRAUUSAHA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA TAHUN AJARAN 2016/2017", 2017](#)
- SKRIPSI PENGARUH INOVASI PRODUK, ORIENTASI PASAR DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KINERJA USAHA UMKM FASHION DI JAKARTA BARAT DIAJUKAN OLEH: NAMA : ELIORA LORENSA NPM : 115180146 UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT- SYARAT GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA JAKARTA 2021 SKRIPSI PENGARUH INOVASI PRODUK, ORIENTASI PASAR DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KINERJA USAHA UMKM FASHION DI JAKARTA BARAT DIAJUKAN OLEH: NAMA : ELIORA LORENSA NPM : 115180146 UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT- SYARAT GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA JAKARTA 2021 BAB I PENDAHULUAN A. Permasalahan 1. Latar Belakang Masalah UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peranan penting dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, UMKM menempatkan posisi strategis dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat sekaligus berperan serta dalam penyediaan lapangan pekerjaan, kontribusi pada pertumbuhan ekonomi serta pemerataan pendapatan masyarakat (Budiman & Hidayah, 2021). UMKM juga mampu membantu masyarakat mengatasi masalah pengangguran dan krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia pada tahun 1997-1998 (Srijani, 2020). Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa jumlah pengangguran di Indonesia pada tahun 2019 sebesar 5,23% atau 7,10 juta orang dan pada tahun 2020 sebesar 7,07% atau 9,77 juta orang yang dapat dilihat pada tabel berikut ini : Tabel 1.1 Tingkat Pengangguran 2019-2020 Pengangguran Penduduk 2019 2020 Februari Agustus Februari Agustus Persentase (%) 4,98 5,23 4,94 7,07 Jumlah (Ribuan orang) 6.898,8 7.104,42 6.925,49 9.767,75 Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) pada tahun 2018, dari 99,99% jumlah pelaku usaha Di Indonesia, kontribusi UMKM adalah sebanyak 64,2 juta. UMKM mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 117 juta pekerja atau 97% dari tenaga kerja dunia usaha. UMKM juga memberikan kontribusi pada perekonomian nasional (PDB) Indonesia sebesar 61,1%. (www.djkn.kemenkeu.go.id, Agustus 2020), namun berlangsungnya pandemi Covid-19 memberikan dampak yang besar pada sektor UMKM di Indonesia sehingga banyak pemilik**

https://www.turnitin.com/newreport_printview.asp?eq=1&eb=1&esm=-1&oid=1730230620&sid=0&n=0&m=2&svr=32&f=72.36339076589692&lang=e... 1/15