

**SKRIPSI**

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, STRATEGI  
BISNIS, DAN INOVASI TERHADAP KINERJA USAHA KECIL MENENGAH  
BIDANG KONVEKSI DI JAKARTA UTARA**



**DIAJUKAN OLEH :**

**NAMA : ANGELINA**

**NPM : 115190235**

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

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**JAKARTA**

**2022**



**SKRIPSI**

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, STRATEGI  
BISNIS, DAN INOVASI TERHADAP KINERJA USAHA KECIL MENENGAH  
BIDANG KONVEKSI DI JAKARTA UTARA**



**DIAJUKAN OLEH :**

**NAMA : ANGELINA**

**NPM : 115190235**

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

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

**2022**

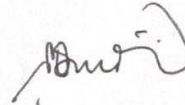


UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA

**HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : ANGELINA  
NIM : 115190235  
PROGRAM/JURUSAN : Manajemen  
KONSENTRASI : Kewirausahaan  
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Strategi  
Bisnis, dan Inovasi terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah  
bidang Konveksi di Jakarta Utara

Jakarta, 23 Desember 2022



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

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**JAKARTA**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : **ANGELINA**  
NIM : **115190235**  
Program Studi : S1 / MANAJEMEN  
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Strategi  
Bisnis, dan Inovasi terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah  
bidang Konveksi di Jakarta Utara

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

1. Ketua Penguji :
2. Anggota Penguji :

Jakarta, 23 Desember 2022

Pembimbing,

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

## ABSTARCT

(A) ANGELINA (115190235)

(B) *THE INFLUENCE OF MARKET ORIENTATION, ENTREPRENEURSHIP ORIENTATION, BUSINESS STRATEGY, AND INNOVATION ON THE PERFORMANCE OF CONVECTION SME SMEs IN NORTH JAKARTA*

(C) Lkk

(D) *ENTREPRENEURSHIP MANAGEMENT*

(E) *Abstarct : This study aims to analyze the influence of market orientation, entrepreneurial orientation, business strategy, and innovation on the business performance of SMEs in the manufacturing sector in North Jakarta. The sample selection technique in this study used a non-probability sampling technique with a convenience sampling method. The sample in this study is a convection business in North Jakarta with a total of 100 respondents. Data were analyzed using the SEM method with the SmartPLS application. The results of this study found that there is a positive and significant effect of market orientation on business performance, entrepreneurial orientation has a positive and significant effect on business performance, business strategy has a positive and significant effect on business performance, innovation has an insignificant positive effect on business performance.*

(F) *MARKET ORIENTATION, ENTREPRENEURSHIP ORIENTATION, BUSINESS STRATEGY, INNOVATION, BUSSINESS PERFORMANCE.*

(G) *References*

(H) Sarwo Edy Handoyo, Dr., SE., M.M.

## **ABSTRAK**

- (A) ANGELINA (115190235)
- (B) PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, STRATEGI BISNIS, DAN INOVASI TERHADAP KINERJA USAHA UKM BIDANG KONVEKSI DI JAKARTA UTARA
- (C) Lkk
- (D) MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN
- (E) Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, strategi bisnis, dan inovasi terhadap kinerja usaha UKM bidang konveksi di Jakarta Utara. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dengan metode convenience sampling. Sampel dalam penelitian ini merupakan pelaku usaha konveksi di Jakarta Utara dengan total sebanyak 100 responden. Data dianalisis menggunakan metode SEM dengan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian ini menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan orientasi pasar terhadap kinerja usaha, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha, strategi bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha, inovasi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja usaha.
- (F) Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Strategi Bisnis, Inovasi, Kinerja Usaha
- (G) Referensi
- (H) Sarwo Edy Handoyo, Dr., S.E., M.M.



## **HALAMAN MOTTO**

**Untuk bisa sukses, kamu harus memiliki kemauan sukses yang lebih besar daripada ketakutan untuk gagal**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Karya sederhana ini saya persembahkan untuk :**

**Seluruh keluarga saya**

**Teman-teman saya**

**Seluruh pengajar dan pembimbing**

## **KATA PENGANTAR**

Pertama saya mengucapkan puji syukur saya terhadap Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan banyak kenikmatan serta anugerah kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, Jakarta. Karya tulis ini diberi judul “Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Strategi Bisnis, dan Inovasi, Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah Bidang Konveksi di Jakarta Utara”.

Pelaksanaan pembuatan karya tulis skripsi ini membutuhkan waktu kurang 4 bulan. Penyusunan karya tulis ini tidaklah mudah, tetapi dengan adanya panduan penulisan skripsi, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada :

1. Bapak Dr. Sarwo Edy Handoyo S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan waktu, tenaga, motivasi, serta pengarahan yang sangat bermanfaat dan membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidiji Widodoatmojo, S.E, M.M., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan yang membantu dalam penulisan skripsi ini.
4. Segenap dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah membimbing dan mendidik penulis selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara
5. Kepada seluruh anggota keluarga saya yang turut memberikan doa dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Kepada adik dan kakak saya yang turut memberikan semangat dala, penyusunan skripsi ini.
7. Kepada seluruh teman-teman yang menjadi teman baik dan selalu memberikan dukungan.
8. Kepada seluruh pihak yang tidak bisa saya tulis satu persatu namanya, yang telah memberikan dukungan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Saya sangat menyadari bahwa skripsi yang telah saya buat masih jauh dari kata sempurna baik dalam hal isi, tata bahasa, maupun dari segi penyusunan, mengingat

kemampuan dan keterbatasan yang penulis miliki. Oleh karenanya, saya bersedia menerima kritik serta saran yang membangun guna melengkapi skripsi agar menjadi jauh lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	ii
SURAT PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK.....	vii
HALAMAN MOTTO .....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	xi
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
A. PERMASALAHAN.....	1
1. Latar Belakang .....	1
2. Identifikasi Masalah .....	3
3. Batasan Masalah .....	3
4. Rumusan Masalah.....	4
B. TUJUAN DAN MANFAAT.....	4
1. Tujuan .....	4
2. Manfaat .....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
A. GAMBARAN UMUM TEORI.....	5
1. Teori <i>Resource Based View</i> .....	5
B. DEFINISI KONSEPTUAL VARIABEL.....	5
1. Pengertian Orientasi Pasar .....	5
2. Pengertian Orientasi Kewirausahaan .....	6
3. Pengertian Strategi Bisnis .....	7
4. Pengertian Inovasi.....	7
C. PENELITIAN YANG RELEVAN .....	8
D. KAITAN ANTAR VARIABEL .....	18
1. Kaitan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha.....	18

2.	Kaitan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha.....	19
3.	Kaitan Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Usaha .....	19
4.	Kaitan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha .....	20
E.	KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....		22
A.	DESAIN PENELITIAN.....	22
B.	POPULASI, TEKNIK PEMILIHAN SAMPEL, DAN UKURAN SAMPEL .....	23
C.	METODE PENGUMPULAN DATA .....	23
D.	OPERASIONALISASI VARIABEL .....	24
1.	Orientasi Pasar .....	24
2.	Orientasi Kewirausahaan .....	25
3.	Strategi Bisnis .....	26
4.	Inovasi.....	26
5.	Kinerja Usaha.....	27
E.	ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS .....	28
1.	Validitas .....	28
a.	Validitas Konvergen .....	29
b.	Validitas Diskriminan .....	29
2.	Reliabilitas .....	29
F.	ANALISIS DATA .....	29
1.	Koefisien Determinasi $R^2$ .....	30
2.	<i>Predictive Relevance</i> .....	30
3.	<i>Effect Size</i> .....	30
4.	<i>Goodness of Fit Test</i> .....	30
5.	Uji Hipotesis .....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		31
A.	DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN .....	31
1.	Pelaku Usaha Konveksi .....	32
2.	Keberadaan Usaha Konveksi .....	32
3.	Jenis Kelamin.....	33
4.	Usia .....	34
5.	Pendidikan Terakhir.....	35
6.	Usia Usaha .....	36
7.	Total Pendapatan.....	37

B. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	38
8. Orientasi Pasar .....	38
9. Orientasi Kewirausahaan .....	39
10. Strategi Bisnis .....	40
11. Inovasi.....	41
12. Kinerja Usaha.....	42
C. HASIL ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS .....	43
1. Validitas .....	43
a. Validitas Konvergen .....	43
b. Validitas Diskriminan .....	45
2. Reliabilitas .....	45
D. HASIL ANALISIS <i>INNER MODEL</i> .....	47
1. Hasil Analisis Koefisien Determinasi .....	47
2. Hasil Analisis <i>Predictive Relevance</i> (Q2).....	47
3. Pengujian <i>Effect Size</i> ( $F^2$ ).....	48
4. Pengujian Hipotesis .....	48
a. Pengujian Hipotesis Pertama.....	49
b. Pengujian Hipotesis Kedua.....	49
c. Pengujian Hipotesis Ketiga.....	50
d. Pengujian Hipotesis Keempat.....	50
5. <i>Goodness of Fit</i> (GoF).....	50
E. PEMBAHASAN... ..	51
BAB V PENUTUP .....	53
A. KESIMPULAN.....	53
B. KETERBATASAN DAN SARAN... ..	53
1. Keterbatasan.....	53
2. Saran .....	53
DAFTAR BACAAN.....	55
LAMPIRAN.....	58
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	78
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN... ..	79

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Literature Review</i> .....	8
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i> .....	24
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Orientasi Pasar .....	24
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Orientasi Kewirausahaan .....	24
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Strategi Bisnis .....	26
Tabel 3.5 Operasionalisasi Variabel Inovasi.....	26
Tabel 3.6 Operasionalisasi Variabel Kinerja Usaha.....	27
Tabel 4.1 Deskripsi Subjek Penelitian Menurut Pelaku Usaha Konveksi .....	32
Tabel 4.2 Deskripsi Subjek Penelitian Menurut Keberadaan Usaha Konveksi .....	32
Tabel 4.3 Deskripsi Subjek Penelitian Menurut Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.4 Deskripsi Subjek Penelitian Menurut Usia .....	34
Tabel 4.5 Deskripsi Subjek Penelitian Menurut Pendidikan Terakhir .....	35
Tabel 4.6 Deskripsi Subjek Penelitian Menurut Usia Usaha .....	36
Tabel 4.7 Deskripsi Subjek Penelitian Menurut Total Pendapatan.....	37
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Orientasi Pasar .....	38
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Orientasi Kewirausahaan.....	39
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Strategi Bisnis.....	40
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Inovasi .....	41
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Usaha .....	42
Tabel 4.13 Hasil analisis <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	43
Tabel 4.14 Hasil Analisis <i>Outer Loading</i> .....	44
Tabel 4.15 Hasil Analisis <i>Cross Loading</i> .....	45
Tabel 4.16 Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha</i> .....	46
Tabel 4.17 Hasil Analisis <i>Composite Reability</i> .....	46
Tabel 4.18 Hasil Analisis Koefisien Determinasi .....	47
Tabel 4.19 Hasil Analisis <i>Predictive Relevance</i> .....	48
Tabel 4.20 Hasil Analisis Effect Size .....	48
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis .....	49
Tabel 4.22 Hasil <i>Goodness of Fit</i> (GoF).....	50



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	21
Gambar 4.1 Tinjauan Responden Berdasarkan Pelaku Usaha Konveksi .....	32
Gambar 4.2 Tinjauan Responden Berdasarkan Keberadaan Usaha Konveksi .....	33
Gambar 4.3 Tinjauan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Gambar 4.4 Tinjauan Responden Berdasarkan Usia .....	35
Gambar 4.6 Tinjauan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	36
Gambar 4.7 Tinjauan Responden Berdasarkan Usia Usaha .....	37
Gambar 4.8 Tinjauan Responden Berdasarkan Total Pendapatan .....	38

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	58
Lampiran 2 Tanggapan Responden.....	62
Lampiran 3 Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha</i> , <i>Composite Reability</i> dan <i>Average Variance Extracted</i> .....	72
Lampiran 4 Hasil Analisis <i>Outer Loading</i> .....	73
Lampiran 5 Hasil Analisis <i>Fornell Lacker</i> .....	74
Lampiran 6 Hasil Analisis <i>Cross Loading</i> .....	74
Lampiran 7 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	75
Lampiran 8 Hasil Analisis <i>Predictive Relevance</i> .....	75
Lampiran 9 Hasil Analisis <i>Path Coefficient</i> .....	76
Lampiran 10 Hasil Analisis Signifikansi .....	76
Lampiran 11 Hasil Analisis Hipotesis.....	77
Lampiran 12 Hasil Analisis <i>Effect Size</i> .....	77
Lampiran 13 Hasil <i>Goodness of Fit (GoF)</i> .....	78



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. PERMASALAHAN

#### 1. Latar Belakang Masalah

Dalam menjalankan bisnis, adanya persaingan usaha bukanlah hal yang baru muncul, baik usaha dalam skala besar maupun usaha skala kecil. Meningkatnya pertumbuhan usaha saat ini menciptakan persaingan yang begitu sengit. Situasi saat ini memaksa para pengusaha untuk menggunakan berbagai cara dalam meningkatkan kinerja usaha. Banyak cara yang dapat dilakukan agar usahanya tidak kalah bersaing sehingga dapat tetap bertahan bahkan berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin ramai. Selain itu dengan aktivitas yang dilakukan oleh UKM, sektor usaha dalam skala kecil diarahkan untuk mempertahankan eksistensi bisnisnya dan mengembangkan bisnisnya. UKM di negara berkembang salah satunya di negara Indonesia adalah sektor usaha yang sangat mendominasi. Selain jumlahnya yang jauh lebih banyak dibandingkan usaha dalam skala besar, UKM dikenal sebagai sektor yang dapat menopang perekonomian nasional karena di ketahuinya dapat bertahan dari keadaan krisis, dan lingkungan bisnis saat ini adalah salah satu lingkungan yang paling aktif yang pernah dialami. Lebih dari hal tersebut, UKM juga berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja di Indonesia. Sektor ini dapat menyediakan lapangan kerja baru bagi masyarakat sehingga dapat membantu mengurangi angka pengangguran di Indonesia. Kotler (2009: 134) menyatakan bahwa suatu bisnis dapat sukses jika berhasil memperhatikan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan.

Dengan keberadaan UKM memang memberikan kontribusi yang cukup besar dalam berbagai aspek. Akan tetapi, kegiatan usaha yang dijalankan UKM ini bukan berarti tidak ada nya hambatan. Saat perkembangan industri kecil dan menengah sering bermunculan tetapi sulit berkembang. Beberapa industri hampir gagal dengan usaha besar. Kemampuan daya saing masyarakat dalam tuntutan globalisasi membuka peluang bagi dunia usaha untuk tumbuh menjadi semakin berkualitas dengan efisiensi dan kompetitif. Kinerja nyata yang dihadapi oleh sebagian besar usaha terutama UKM di Indonesia yang paling menonjol adalah rendahnya tingkat produktivitas, rendahnya nilai tambah, dan rendahnya kualitas produk. Walaupun diakui bahwa UKM menjadi lapangan kerja bagi Sebagian pekerja di Indonesia, tetapi kontribusinya dalam output

nasional dikategorikan rendah. Persaingan usaha begitu ketat mengharuskan UKM meningkatkan kinerja perusahaan. Untuk meningkatkan kinerja perusahaan, diperlukan strategi perusahaan yang mendukung pencapaian tujuan melalui orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan inovasi.

Setiap wirausaha berusaha untuk bisa meminimalkan pengaruh dari persaingan harga, dorongan efisiensi biaya yang berkelanjutan dan pada saat yang sama pun berusaha untuk dapat mengoptimalkan peluang pasar baru (Masa'deh et al., 2018). Selain itu, tantangan yang unggul baru terus bertumbuh dan memaksa UKM untuk mengecek kembali lingkungan luar mereka untuk meningkatkan kinerja dan mempertahankan keunggulan kompetitif (Almajali et al., 2016). Salah satu UKM yang tetap bertahan saat ini adalah usaha konveksi, dimana industri konveksi merupakan suatu perusahaan tekstil yang menghasilkan pakaian jadi pakaian wanita, pria, anak, pakaian olahraga, pakaian dalam maupun pakaian-pakaian partai politik. Untuk meningkatkan kinerja usaha konveksi tersebut, setiap UKM membutuhkan sebuah strategi, dimana strategi UKM memiliki implikasi besar untuk struktur, aktivitas, investasi, hubungan dengan pasar dan kinerjanya. Strategi ini dapat membantu UKM menemukan solusi dari sebuah masalah, menciptakan kualitas baru dan meningkatkan kinerja bisnis dengan memfasilitasi cara yang memungkinkan UKM untuk menghimpun sumber daya tertentu, memahami peluang untuk menyediakan produk dan layanan yang berharga dan untuk menyampaikan produk tersebut dan layanan untuk laba yang lebih tinggi (Masa'deh et al., 2018).

Selain orientasi kewirausahaan, untuk meningkatkan kinerja usaha, UKM perlu mengutamakan tujuan perusahaan yaitu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut secara lebih efektif dan efisien dibandingkan persaingan, UKM harus mampu mengaplikasikan orientasi pasar. Orientasi pasar menekankan pada sejauh mana UKM menentukan kepuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan sebagai dasar pengorganisasian perusahaan (Buli, 2017). Orientasi pasar mengarah ke tingkat inovasi yang lebih tinggi dengan meningkatkan inovasi layanan yang lebih baik. UKM dapat menghasilkan ide-ide inovatif dari kesempatan belajar di seluruh organisasi dalam fungsi yang berbeda. Inovasi merupakan proses mengubah peluang menjadi ide yang layak. UKM bisa mendapatkan manfaat yang lebih besar dengan mengembangkan, mengkomunikasikan, mengadopsi dan meneliti tren inovatif (Udriyah et al., 2019). Oleh karena itu, UKM harus melakukan inovasi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang lebih baik.

Menurut penelitian Jogaratnam (2017), orientasi kewirausahaan didasarkan pada konstruksi satu dimensi dan tiga dimensi EO yang paling banyak dipelajari adalah inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko. UKM yang berorientasi wirausaha memperhatikan tren pasar dan bertindak cepat untuk berinovasi dan menangkap peluang yang terbuka di depan persaingan. Mereka juga proaktif dalam menghadirkan produk atau layanan baru ke pasar dan mempertimbangkan risiko bisnis dalam berinovasi dan meningkatkan perusahaan agar tetap terdepan dalam persaingan. Bersama-sama, kombinasi kekuatan ini memberi mereka keunggulan kompetitif yang diartikan ke dalam kinerja keuangan yang unggul. Dalam lingkungan yang ditandai dengan perubahan cepat dan mempersingkat siklus hidup produk atau perusahaan, di mana profitabilitas masa depan berdasarkan kegiatan yang sedang berlangsung tidak pasti dan di mana perusahaan terus mencari peluang baru.

Berdasarkan uraian di atas, untuk mencari tahu lebih lanjut keterkaitan antar variabel tersebut, maka penelitian ini diberi judul **“PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, STRATEGI BISNIS, DAN INOVASI TERHADAP KINERJA USAHA KECIL MENENGAH BIDANG KONVEKSI DI JAKARTA UTARA”**.

## 2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang permasalahan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut ini :

- a. Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja usaha kecil menengah.
- b. Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha kecil menengah.
- c. Strategi bisnis berpengaruh terhadap kinerja usaha kecil menengah.
- d. Inovasi berpengaruh terhadap kinerja usaha kecil menengah.
- e. Rendahnya tingkat produktivitas.
- f. Rendahnya nilai tambah.
- g. Rendahnya kualitas produk.
- h. Proaktif mempengaruhi pertimbangan risiko bisnis dan peningkatan usaha.

## 3. Batasan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang permasalahan dan identifikasi masalah di atas, maka Batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut ini :

- a. Subjek penelitian ini yaitu orang-orang yang memiliki usaha konveksi di Jakarta Utara.

- b. Variabel independen nya yaitu orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, strategi bisnis, dan inovasi.

#### 4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut ini :

- a. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja usaha kecil menengah bidang konveksi di Jakarta Utara?
- b. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha kecil menengah bidang konveksi di Jakarta Utara?
- c. Apakah strategi bisnis berpengaruh terhadap kinerja usaha kecil menengah bidang konveksi di Jakarta Utara?
- d. Apakah inovasi berpengaruh terhadap kinerja usaha kecil menengah bidang konveksi di Jakarta Utara?

#### B. TUJUAN DAN MANFAAT

##### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian sebagai berikut ini :

- a. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha kecil menengah bidang konveksi di Jakarta Utara.
- b. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha kecil menengah bidang konveksi di Jakarta Utara.
- c. Untuk mengetahui pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja usaha kecil menengah bidang konveksi di Jakarta Utara.
- d. Untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap kinerja usaha kecil menengah bidang konveksi di Jakarta Utara.

##### 2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dibuat dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi UKM konveksi agar dijadikan bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, strategi bisnis, dan inovasi terhadap kinerja usaha. Selain itu Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan berwirausaha dan dapat menambah peluang khususnya di bidang kewirausahaan.





## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, D. (2018). Pengaruh modal usaha, orientasi pasar, dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM kota Makasaar. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi*, 5(1), 95-111.
- Adriyanto, F., & Sufian, M. S. (2017). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Bisnis. *Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro*. 1-20.
- Almajali, D. A., Masa'deh, R., & Tarhini, A. (2016). Antecedents of ERP Systems Implementation Success: a Study on Jordanian Healthcare Sector. *Journal of Enterprise Information Management*, 29(4), 549-565. <https://doi.org/10.1108/JEIM-03-2015-0024>
- Azam, S. M. F., Haque, A., Sarwar, A., & Anwar, N. (2014). Training Program Effectiveness of Service Initiators: Measuring Perception of Female Employees of Bank Using Logistic Approach. *Asian Research Journal of Business Management*, 1(2), 98-108.
- Bambang, Hariadi. 2005. *Strategi Manajemen*. Jakarta : Bayumedia Publishing.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Beneke, J., Blampied, S., Dewar, N., & Soriano, L. (2016). The impact of market orientation and learning orientation on organisational performance: A study of small to medium-sized enterprises in Cape Town, South Africa. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 18(1), 90-108.
- Beverly, K.B., Michael, A.J., and Richard, C.B. (2012). "Customer Orientation and Performance in Small Firms: Examining Influence of Risk Taking, Innovativeness and Opportunity Focus," *Journal of Small Business Management*, Volume 50, Number 3, 429-446.
- Borodako et al. (2022). Market orientation and technological orientation in business services: the moderating role of organizational culture and human resources on performance. *PLOS ONE*, 1-17. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0270737>.
- Brem, A. & Voigt, K-I. (2009). Integration of Market Pull and Technology Push in the Corporate Front End and innovation Management-Insights from the German Software Industry. *Technovation*, Vol.29, No.5, pp.351-367.
- Buli, B. M. (2017). Entrepreneurial Orientation, Market Orientation and Performance of SMEs in The Manufacturing Industry: Evidence From Ethiopian Enterprises. *Management Research Review*, 40(3), 292-309. <https://doi.org/10/1108/MRR-07-2016-0173>

- Calantone, Roger J, Tamer Cavusgil ve Yushan Zhao (2002) learning Orientation, Firm Innovation Capability, and Firm Performance. *Industrial Marketing Management*, 31 (1), pp.515-524.
- Craven, D.W. 1996, Pemasaran Strategis, Edisi Keempat, Terjemahan, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Damanpour, F, Szabat, K Evan, W. (1989) The Relationship Between Types of Innovation and Organizational Performance. *Journal of Management Studies*, Vol.26, no.6, pp.587-601.
- Elvina. (2020). Pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja UMKM, 4(1), 46-55.
- Fachruddin, Imam. (2009). Desain penelitian. Malang: Universitas Islam Negeri.
- Ghozali, I.H., & Latan, H. (2015). Konsep, teknik, aplikasi menggunakan smartPLS 3.0 untuk penelitian empiris. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., Alpkan, L., (2011), Effects of Innovation Types on firm Performance. *International Journal of Production Economics* 133 (2), 662-676.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (2008). *Multivariate data analysis with reading*, 4rd edition. New Jersey : Prentice Hall.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-151.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121.
- Hassan, Masood Ul., Shaukat, Sadia., Nawaz, Muhammad Saqib., Naz, Saman., (2013), Effects of Innovation Types on Firm Performance: An Empirical Study on Pakistan's Manufacturing Sector. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, Vol. 7 (2), 243-262.
- Hult, G.T.M., and Ketchen, D.J. (2001). "Does Market Orientation Matter?: A Test of the Relationship Between Positional Advantage and Performance," *Strategic Management Journal*, Volume 22, Number 9, 899-906.
- Humairoh, Suharyadi, Taufik, E. (2021). Orientasi kewirausahaan dan inovasi produk pada masa pandemic covid-19 terhadap kinerja pemasaran UMKM di Kota Tangerang. *Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi*, 4(2), 125-141.
- 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, 60, 104-113.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.10.002>.
- Kelson, A.K. (2012). "A Quantitative Study of Market Orientation and Organizational Performance of Listed Companies: Evidence From Ghana," International Journal of Management and Marketing Research, Volume 5, Number 3, 101- 114.
- Kohli, Ajay K. & Bernard J. Jaworski. (1990). Market Orientation: The Construct Research Propositions and Managerial Implication. *Journal of Marketing*, 54 (2) : 1-18.
- Kotler, Philip and Susanto A.B. (2000). "Manajemen pemasaran di Indonesia", Jakarta Salemba Empat, Pearson Education Asia Pte.Ltd.Pretice Hall. Inc:8.
- Kotler, Philip. (2009). Manajemen Pemasaran. (Terjemahan) Jilid 9. Jakarta : PT. Prehallindo
- Kotler, Philip. (2007). Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas. Jilid Kesatu. Jakarta : PT. Indeks
- Kurniawan, J, Nuringsih, K. (2022) Pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan media sosial terhadap kinerja UMKM makanan khas Jambi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 176.
- Lee, Y. K., Kim, S. H., Seo, M. K., & Hight, S. K. (2015). Market orientation and business performance: Evidence from franchising industry. *International Journal of Hospitality Management*, 44, 28-37.
- Lings, I.N.,and Greenley, G.E. (2009). "The Impact of Internal and External Market Orientations on Firm Performance," *Journal of Strategic Management*, Volume 17, Number 1, 41- 53.
- Lin, Chien-Huang., Peng, Ching-Huai., Kao, Danny T., (2008), The Innovativeness Effect of Market Orientation And Learning Orientation On Business Performance. *International Journal of Manpower*, Vol. 29 No. 8, pp. 752-772.
- Lumpkin G.T. Dess G.G., (1996), Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance, *Academy of Management Review*, Vol. 21, No.1,p. 135-172.
- Mahmud, Arianti Anomsari. (2011). Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Usaha Kecil Menengah Di Kawasan Usaha Barito Semarang).
- Masa'deh, R., Al-Henzab, J., Tarhini, A., & Obeidat, B. Y. (2018). The Associations Among Market Orientation, Technology Orientation, Entrepreneurial Orientation and Organizational Performance. *Benchmarking An International Journal*, 25(8), 3117–3142. <https://doi.org/10.1108/BIJ-02-2017-0024>.

- Matsuno, K., Mentzer, J. T. & Ozsomer, A. (2002). The Effects of entrepreneurial proclivity and market orientation on business performance. *Journal of Marketing*, 66 (3), 18-32.
- Maulidiyah, W, Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh orientasi pasar dan kualitas produk terhadap kinerja pemasaran home industry kerudung kabupaten Gresik. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 10(1), 1523-1529.
- Maydeu-Olivares, A. and Nora Lado. (2003). Market Orientation and Business Performance: A Mediated Model. *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 14, No. 3, pp.284-309.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Journal Institute for Operations Research and the Management Sciences* Vol. 29 No. 7, 770-791.
- Musa, H. Mukhadam, N. (2014). *Manajemen Strategic Dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Mustikowati, R.1., & Tysari, I. (2014). Orientasi kewirausahaan, inovasi, dan strategi bisnis untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Studi pada UKM sentra Kabupaten Malang). *Jurnal Modernisasi*, 10(1), 23-37. <https://doi.org/10.21067/jem.v10i1.771>
- Narver, John C., and Stanley F. Slater. (1990). The Effect of a Market Orientation on Business profitability. *Journal of Marketing*, Vol. 54, No. 4, pp. 20-35.
- Nasution. (2009). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pass, Christopher Lowes, Bryan (1994). *Kamus Lengkap Ekonomi*. Edisi Kedua. Jakarta : Erlangga
- Porter, M.E. (1980). *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors*. Free press, New York. 398.
- Porter, M. E. (2004). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Rasyid, H, Indah, A. (2018). Pengaruh inovasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di kota Tangerang Selatan, 16(1), 39-49.
- Ratnasari, K, Levyda, L. (2021). Pengaruh Orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan: studi kasus UMKM pendukung wisata kuliner di provinsi Kepulauan Bangka Belitung. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2), 1.
- Saputra, A, Fauzi, A, Indriyanah, A, Aulia, A, Haq, N, Prasetyo, R. (2022). Pengaruh strategi bisnis dan perkembangan teknologi dalam perusahaan dan dampaknya terhadap perencanaan organisasi, 3(6).

- Saunila, M., & Ukko, J. (2012). A Conceptual framework for the measurement of innovation capability and its effects. *Baltic Journal of Management*, 7(4), 355-375. <https://doi.org/10.1108/17465261211272139>.
- Sekaran, U & Roger, B. 2011. *Research Methods for Business, A Skill Building Approach*. 5th edition, New Yor: John Wiley and Sons, Ltd Publication.
- Sekaran, U. (2016). *Research Methods For Business* Buku 2. Salemba Empat.
- Sekaran, Uma & Roger, B. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 6, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sondra, T, Oey, D, Widjaja, H. (2021). Pengaruh orientasi pasar, oreintasi kewirausahaan, dan inovasi terhadap kinerja usaha UKM bidang konveksi di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(2), 500-508.
- Suci, R. (2009). Peningkatan kinerja melalui orientasi kewirausahaan, kemampuan manajemen, dan strategi bisnis (studi pada industry kecil menengah border di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(1), 46-58.
- Sugiyono. (2015). *Statistik Nonparametris Untuk Penelitian*. Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suriyanti, L, Binangkit, L. (2019). Peran kebijakan pemerintah dalam memodarasi pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja usaha (studi kasus pada UMKM bidang makanan dan minuman di kota Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 9(1), 120-128.
- Caroline, S, & Lydia, S. (2020). Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja konveksi tekstil Jakarta Barat dengan orientasi kewirausahaan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(2), 569-576.
- Suwarno, Yogi. 2008. *Inovasi di Sektor Publik*. STIA-LAN Press, Jakarta.
- Syarifah, I, Kholid, M, Iqbal, M. (2020) Pengaruh modal manusia terhadap orientasi pasar dan kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23(1), 69-96.
- Syifa, F. (2020). Pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing UMKM di era revolusi industry 4.0 (studi pada UMKM makanan dan minuman kabupaten Banyumas), 1-75.
- Tham, J., Ab Yazid, M. S., Khatibi, A. A., & Azam, S.F. (2017). Internet and data security-understanding customer perception on trusting virtual banking security in Malaysia. *European Journal of Social Sciences Studies*, 2(7), 186-207.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra (2008). *Service, Quality, and satisfaction*. Edisi kedua. Yogyakarta : CV Andi.

- Turulja, L., & Bajgoric, N. (2018). Innovation, Firms' performance and Environmental Turbulence: Is There a Moderator or Mediator? *European Journal of Innovation Management*, 22(1), 213–232.
- Udriyah et al. (2019). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile SMEs. *Management Science Letters*, 9(9), 1419-1428. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.009>.
- Uliana, Dina. (2012). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap *Purchase Intention* (Studi Pada starbucks Via). Skripsi . FISIP UI.
- Varis, Miika & Littunen, Hannu., (2010), Types of Innovation, Sources of Information and Performance in Entrepreneurial SMEs. *European Journal of Innovation Management*. Vol. 13, No. 2, pp. 128-154.
- Vitale, R., Giglierano, J. & Miles, M. 2003. *Entrepreneurial Orientation, Market Orientation, and Performance in established and start up Firms*, pp. 1-12.
- Wahyuni & Sara. (2020). The effect of entrepreneurial orientation variables on business performance in the SME industry context. *Journal of Workplace Learning*, 32(1), 35-62.
- Wibowo. (2016). *Manajemen Kinerja Edisi Kelima*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance . a configurational approach. *Journal of Business Venturing*.. Volume 20, 71-91.
- Wiklund, 1999, The Sustainability of the Entrepreneurial Orientation-Performance Relationship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Baylor University.
- Wilson, G.A., et al. (2014). "Market Orientation, Alliance Orientation, and the Business Performance in the Biotechnology in Industry," *Journal of Commercial Biotechnology*, Volume 20, Number 2, 32-40.
- Yuliana, R, Pujiastuti, Y. (2018). Orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan strategi bisnis terhadap kinerja bisnis (studi kasus pada UMKM di Semarang), 13(2), 320-329.
- Zahra, S., and Covin, J. (1995). "Contextual Influences on the Corporate Entrepreneurship-Performance Relationship: A Longitudinal Analysis," *Journal of Business Venturing*.

