

SKRIPSI

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI
PASAR DAN INOVASI TERHADAP KINERJA UMKM
BIDANG FASHION PADA MASA PANDEMI**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : CATHERINE DANIELLA

NPM : 115190206

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

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2022

SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :
Nama Mahasiswa : Catherine Daniella
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115190206
Program Studi : SI / 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, 9 Januari 2023



Catherine Daniella

Nama Lengkap Mahasiswa

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.

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : CATHERINE DANIELLA
NIM : 115190206
PROGRAM/JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN ORIENTASI PASAR
DAN INOVASI TERHADAP KINERJA UMKM
BIDANG FASHION PADA MASA PANDEMI

Jakarta, 6 Januari 2023

Pembimbing,



(Louis Utama, S.E., M.M)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : CATHERINE DANIELLA
NIM : 115190206
PROGRAM/JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN ORIENTASI PASAR
DAN INOVASI TERHADAP KINERJA UMKM
BIDANG FASHION PADA MASA PANDEMI

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif pada tanggal 19 Januari 2023
dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri dari:

1. Ketua Penguji : -
2. Anggota Penguji : Louis Utama S.E., M.M.
Kurniati W. Andani S.E., M.M.
Andi Wijaya S.E., M.M.

Jakarta, 6 Januari 2023

Pembimbing,

(Louis Utama, S.E., M.M)

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:

Tuhan Yesus Kristus, Bapaku yang Baik dan Penolongku yang Ajaib
Kedua orang tua tercinta yang selalu menyayangi, mendampingi dan
mendukung saya sampai saat ini
Adik dan seluruh keluarga saya yang turut mendukung
Diri saya sendiri yang telah berjuang sampai sekarang

MOTTO

“Jangan mundur sebelum mencoba, beban berat itu hanya
ada pada pikiran”

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kasih dan karunia-Nya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi persyaratan dalam meraih gelar Sarjana pada program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Pada kesempatan kali ini, penulits ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada para pihak yang telah memberikan kontribusi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, yaitu kepada yang terhormat:

1. Bapak Louis Utama, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan sebaik – baiknya dan tepat waktu.
2. Bapak Sawidji Widioatmojo, S.E., M.M., MBA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Seluruh Dosen, Asisten Dosen dan Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, yang telah bersedia memberikan pengetahuan dan pembelajaran selama perkuliahan berlangsung dan telah membantu dalam segala hal selama berkuliah di Univesitas Tarumanagara.
5. Kedua Orang Tua yang saya kasihi yang selalu memberikan dukungan, doa dan motivasi sehingga skripsi saya dapat terselesaikan dengan baik.
6. Kepada saudara saya Jason Delano dan seluruh keluarga besar yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan, doa dan motivasi sehingga skripsi saya dapat terselesaikan dengan baik.
7. Kepada partner saya Bryan Insja yang selalu menemani dan menyemangati, serta telah memberikan dukungan dan doa sehingga skripsi saya dapat terselesaikan dengan baik.

8. Kepada sahabat saya selama di bangku perkuliahan Jennifer Irawan, Jessica Irawan, Selin Karolin, Risma Wulan Safitri dan Janeta Naomi yang selalu membantu dan menyemangati, serta telah memberikan doa dan dukungan sehingga skripsi saya dapat terselesaikan dengan baik.
9. Kepada sahabat SMA saya Putri Anjani, Jennifer Patricia dan Felicia Meigen yang telah memberikan doa, dukungan dan semangat sehingga skripsi saya dapat terselesaikan dengan baik.
10. Seluruh pihak lainnya yang telah mendukung saya sejak awal perkuliahan sampai penulisan skripsi yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis memohon maaf apabila terdapat kata – kata yang kurang berkenan dalam skripsi ini. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun demi membantu kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan berharap agar laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 9 Januari 2023

Penulis,

Catherine Daniella

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS JAKARTA

- (A) CATHERINE DANIELLA
- (B) THE EFFECT OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION, MARKET ORIENTATION AND INNOVATION ON THE PERFORMANCE OF SMEs IN THE FASHION FIELD DURING PANDEMI
- (C) xvii + 93 pages, 22 Tables, 5 Pictures, 3 Attachments
- (D) ENTERPRENEURSHIP MANAGEMENT
- (E) **Abstract:** *This study aims to determine the effect of entrepreneurial orientation, market orientation and innovation on the performance of SMEs in the fashion sector in Tanah Abang. The sample used in this study was 110 respondents who own SMEs in the fashion sector in Tanah Abang. The sampling technique used purposive sampling method. Data collection techniques using questionnaires distributed directly to business owners. The data processing technique in this study was assisted by the SmartPLS 3.0 program. The results of this study show that entrepreneurial orientation and innovation have a positive and significant effect on the performance of MSMEs, while market orientation does not have a significant effect on the performance of MSMEs*
- Keyword:** *Enterpreneurial Orientation, Market Orientation, Innovation, Business Performance*
- (F) REFERENCES 77 (1984 – 2022)
- (G) LOUIS UTAMA S.E., M.M.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

- (A) CATHERINE DANIELLA
- (B) PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR DAN INOVASI TERHADAP KINERJA UMKM BIDANG *FASHION* PADA MASA PANDEMI
- (C) xvii + 93 halaman, 22 Tabel, 5 Gambar, 3 Lampiran
- (D) MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN
- (E) **Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan inovasi terhadap kinerja UMKM bidang *fashion* di Tanah Abang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini 110 responden pemilik UMKM bidang *fashion* di Tanah Abang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner yang disebar langsung ke pemilik usaha. Teknik pengolahan data dalam penelitian ini dibantu dengan program *SmartPLS* 3.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan orientasi kewirausahaan dan inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, sedangkan orientasi pasar tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kinerja UMKM
- Kata Kunci:** Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Inovasi, Kinerja Usaha
- (F) DAFTAR PUSTAKA 77 (1984 – 2022)
- (G) LOUIS UTAMA S.E., M.M

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRACT.....	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	18
A. PERMASALAHAN.....	18
1. Latar Belakang Masalah.....	18
2. Identifikasi Masalah	4
3. Batasan Masalah.....	5
4. Rumusan Masalah	5
B. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	5
1. Tujuan Penelitian	5
2. Manfaat Penelitian	6

BAB II LANDASAN TEORI.....	7
A. GAMBARAN UMUM TEORI	7
B. DEFINISI KONSEPTUAL VARIABEL	8
1. Orientasi Kewirausahaan	8
2. Orientasi Pasar	9
3. Inovasi.....	9
4. Kinerja Usaha.....	10
C. KAITAN ANTAR VARIABEL – VARIABEL.....	11
1. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja Usaha.....	11
2. Pengaruh Orientasi Pasar dengan Kinerja Usaha.....	11
3. Pengaruh Inovasi dengan Kinerja	12
D. PENELITIAN YANG RELEVAN	13
E. KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	14
BAB III MODEL PENELITIAN.....	17
A. DESAIN PENELITIAN	17
B. POPULASI, TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL DAN UKURAN SAMPEL.....	17
1. Populasi.....	17
2. Teknik Pengambilan Sampel.....	18
3. Ukuran Sampel.....	18
C. OPERASIONALISASI VARIABEL DAN INSTRUMEN	19
1. Orientasi Kewirausahaan	20
2. Orientasi Pasar	21
3. Inovasi.....	22
4. Kinerja Usaha.....	22

D.	Analisis Validitas dan Reliabilitas	23
1.	Analisis Validitas	23
2.	Analisis Reliabilitas	29
E.	ANALISIS DATA	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		33
A.	Subjek Penelitian	33
1.	Jumlah Tenaga Kerja.....	33
2.	Jumlah Pendapatan Tahunan.....	34
B.	Deskripsi Objek Penelitian	34
1.	Orientasi Kewirausahaan	35
2.	Orientasi Pasar	37
3.	Inovasi.....	38
d.	Kinerja Usaha.....	39
C.	Hasil Uji Asumsi Analisi Data.....	40
D.	Hasil Analisis Data	40
1.	Hasil Uji <i>Coefficient of Determination</i> (R^2).....	40
2.	Hasil Uji <i>Cross - Validated Redundancy</i> (Q^2)	41
3.	Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> (GoF).....	42
4.	Hasil Uji Hipotesis	42
E.	Pembahasan	45
BAB V PENUTUP		52
A.	KESIMPULAN.....	52
B.	KETERBATASAN DAN SARAN	52
1.	Keterbatasan.....	52
2.	Saran.....	53

DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	63
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	92
TURNITIN ORIGINALY REPORT	93

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Ordinal	19
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Orientasi Kewirausahaan Dimensi Inovatif	20
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Orientasi Kewirausahaan Dimensi Proaktif	21
Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel Orientasi Kewirausahaan Dimensi Pengambilan Risiko	21
Tabel 3. 5 Operasionalisasi Variabel Orientasi Pasar	22
Tabel 3. 6 Operasionalisasi Variabel Inovasi	22
Tabel 3. 7 Operasionalisasi Variabel Kinerja Usaha	23
Tabel 3. 8 Hasil Uji <i>Outer Loadings</i>	25
Tabel 3. 9 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	27
Tabel 3. 10 Hasil Uji Cross Loadings	28
Tabel 3. 11 Nilai Cronbach's Alpha	29
Tabel 3. 12 Nilai Composite Reliability	30
Tabel 4. 1 Tanggapan Responden atas Pernyataan Orientasi Kewirausahaan Dimensi Inovatif	35
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden atas Pernyataan Orientasi Kewirausahaan Dimensi Proaktif	36
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden atas Pernyataan Orientasi Kewirausahaan Dimensi Pengambilan Risiko.....	37
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden atas Pernyataan Orientasi Pasar	38
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden atas Pernyataan Inovasi	39
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden atas Pernyataan Kinerja Usaha.....	40
Tabel 4. 7 Hasil Uji Coefficient of Determination (R^2).....	41
Tabel 4. 8 Hasil Uji Cross - Validated Redundancy (Q^2).....	41
Tabel 4. 9 Hasil Uji Hipotesis.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Kerangka Pemikiran	15
Gambar 3. 1 Nilai Loading Factor	26
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja.....	33
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan Tahunan	34
Gambar 4. 3 Diagram <i>Boostraping</i>	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	62
Lampiran 2 Hasil Tanggapan Responden	70
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	86

BAB I

PENDAHULUAN

A. PERMASALAHAN

1. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam membantu Indonesia mengatasi tantangan ekonominya, salah satunya seperti dapat menurunkan tingkat pengangguran dan menciptakan lapangan pekerjaan baru. Di Indonesia 64 juta dari UMKM menyumbang 99% dari semua kegiatan ekonomi dan 97% dari lapangan pekerjaan (kemenkeu, 2022). Karena UMKM merupakan fondasi perekonomian, peran UMKM berdampak sangat penting bagi pemulihan ekonomi Indonesia dan juga berkontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) negara. Menurut Kementerian Keuangan (2022) terdapat 64,2 juta UMKM dan berkontribusi 61,07% dari PDB atau Rp. 8.573,89 triliun terhadap perekonomian Indonesia secara keseluruhan.

Menteri keuangan menyatakan bahwa meskipun UMKM adalah penyumbang mayoritas dari PDB di Indonesia, namun sektor UMKM tetap menghadapi sejumlah tantangan baru di masa pandemi ini, seperti menurunnya peluang pasar, masih rendahnya penggunaan teknologi yang lebih maju, serta perubahan preferensi konsumen yang disebabkan karena pandemi covid-19 (kemenkeu, 2022). UMKM memerlukan bantuan pemerintah dalam pengembangan dan pemberdayaan yang diharapkan dapat membantu UMKM mengatasi masalah ini (Yazikiri & Niwand, 2020). Sekitar 46 juta UMKM di Indonesia masih membutuhkan lebih banyak modal kerja dan investasi dan 18 juta di antaranya belum memiliki akses ke pendanaan formal (kemenkeu, 2022).

Kementerian perindustrian (kemenperin) mengungkapkan ada 10 sektor industri yang terkena dampak dari munculnya covid-19. Jumlah tersebut mewakili 60% dari total industri di Indonesia. Banyak usaha yang sebelumnya ramai menjadi sepi di masa pandemi ini, dapat dikatakan juga hampir semua sektor industri, termasuk UMKM dan sektor kreatif (Purwanto, Fahlevi, Zuniawan, & Kusuma, 2020). Ekonomi kreatif memiliki total PDB sekitar Rp.

852,24 triliun, menurut data terbaru dari kementerian komunikasi dan informatika (kominfo). Kontribusinya sebesar 7,38 persen terhadap perekonomian nasional secara keseluruhan. Dari total tersebut sektor industri *fashion* menjadi kontributor yang menempati urutan kedua 18,15% (Munaf, 2017).

Akibat dari pandemi covid-19 dalam dua tahun terakhir menyebabkan semuanya menjadi tidak maksimal seperti yang diharapkan dan menjadi masa yang sangat berat bagi UMKM (Sihombing & Nasib, 2020). Karena kontribusi UMKM yang sangat signifikan terhadap perekonomian nasional, turunnya daya beli masyarakat & penurunan kinerja di masa pandemi ini menyebabkan jumlah permintaan dan angka penjualan menurun sangat drastis yang juga berdampak terhadap penurunan ekonomi nasional. Sebagian besar UMKM yang mengalami masalah tersebut karena mereka tidak dapat beradaptasi di masa pandemi covid-19 (Bahtiar, 2021). Keberhasilan UMKM sangat dipengaruhi oleh kinerja usahanya. Maka itu, agar dapat terus menjalankan usaha dengan kinerja yang lebih unggul UMKM harus lebih fokus menerapkan orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan (Idar & Mahmood, 2011).

Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) tidak terlepas dari orientasi kewirausahaan. Karena orientasi kewirausahaan adalah salah satu komponen penting dalam kinerja usaha yang dipandang sebagai dasar untuk perusahaan dalam memasuki peluang pasar baru dan kunci keberhasilan perusahaan. Hal tersebut terlihat dari nilai-nilai kewirausahaan yang dapat membantu UMKM untuk berani mengambil risiko usaha dan cenderung mengambil tindakan berdasarkan keputusan inovatif dan bertindak proaktif dalam menghadapi persaingan usaha untuk terus menggunakan peluang yang ada agar mendorong kinerja usaha yang lebih baik (Green, Covin, & Slevin, 2006).

Tetapi masih sedikit UMKM yang menerapkan orientasi kewirausahaan sehingga menyebabkan beberapa UMKM tidak dapat mempertahankan kinerja usahanya di tengah kesulitan pandemi covid-19 (Astuti & Munir, 2022). Munculnya tantangan kompetitif baru memaksa UMKM untuk terus

mempertahankan kinerja usaha yang unggul (Almajali, Masa'deh, & Tarhini, 2016). Perusahaan yang mengadopsi orientasi kewirausahaan akan melakukan kinerja yang lebih baik dari pada mereka yang tidak mengadopsi (Taylor, 2013). Orientasi kewirausahaan juga merupakan pola pikir inovatif yang dimiliki oleh pelaku usaha yang menjadi dasar dalam mencari dan memanfaatkan peluang baru guna mencapai keberhasilan kinerja perusahaan (Nasir, Mamun, & Breen, 2017).

Kegagalan UMKM dalam menerapkan orientasi pasar juga merupakan salah satu penyebab dari penurunan kinerja bisnis. (Narver & Slater, 1990). Orientasi pasar ini berkaitan dengan mengidentifikasi peluang pasar untuk memenuhi keinginan pelanggan yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan (Kohli & Jaworski, 1990). Para pemilik UMKM yang tidak memperhatikan orientasi pasar akan mendapatkan tantangan yang sulit untuk memaksimalkan kinerja mereka. Persaingan dalam usaha menuntut pengusaha untuk memahami apa yang terjadi di pasar dan mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen (Putri, Yasa, & Giantari, 2018). UMKM yang tidak memperhatikan orientasi pasar, menyebabkan mereka sulit untuk memahami kebutuhan pelanggan dan juga taktik untuk menghadapi persaingan (Morgan, Vorhies, & Mason, 2009). Oleh karena itu jelas bahwa orientasi pasar sebagai faktor penting untuk meningkatkan kinerja usaha (Sciascia, Naldi, & Hunter, 2006).

Pertumbuhan UMKM dibidang *fashion* berhubungan erat dengan sektor kreatif. Para pemilik UMKM dituntut untuk harus berani mengambil risiko dalam berinovasi guna untuk meningkatkan kinerja bisnis dan memecahkan masalah pada masa pandemi covid-19 (Fatmarani, 2021). Beberapa UMKM yang gagal mempertahankan kinerja mereka selama pandemi karena takut akan risiko dalam melakukan inovasi (Ariyanto, 2021). Tingkat inovasi yang tinggi akan mempengaruhi kinerja bisnis dan membantu perusahaan untuk bertahan, serta dapat menghasilkan produk yang berkualitas lebih unggul untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan menghadapi persaingan (Jimenez & Valle, 2011). Inovasi tersebut juga dianggap sebagai kapasitas perusahaan yang terkait

dalam mengembangkan nilai - nilai kompetitif yang penting. (Sandvik. & Leskiewicz, 2003).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, masih banyak UMKM yang mengalami kegagalan dan penurunan kinerja di masa pandemi ini, hal tersebut menunjukkan bahwa masih banyak pemilik usaha yang belum sadar untuk mengoptimalkan kinerja usaha pada masa pandemi covid-19. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Inovasi terhadap Kinerja UMKM bidang *Fashion* pada Masa Pandemi.”**

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka teridentifikasi beberapa masalah seperti berikut:

- a. UMKM menjadi penyumbang mayoritas PDB di Indonesia, namun sektor UMKM tetap menghadapi sejumlah tantangan baru, seperti menurunnya peluang pasar, rendahnya penggunaan teknologi yang lebih maju, serta perubahan preferensi konsumen yang disebabkan karena pandemi covid-19.
- b. Hampir semua sektor industri terkena dampak dari pandemi covid-19, termasuk UMKM dan sektor kreatif yang mengalami penurunan kinerja sehingga jumlah permintaan dan angka penjualan menurun sangat drastis yang juga berdampak terhadap penurunan ekonomi nasional.
- c. Masih sangat sedikit UMKM yang menerapkan orientasi kewirausahaan menyebabkan beberapa UMKM tidak dapat mempertahankan kinerja usahanya selama pandemi covid-19.
- d. Penurunan kinerja usaha juga disebabkan karena UMKM gagal menerapkan orientasi pasar, sehingga tidak mampu bersaing dalam memaksimalkan kinerja dan memahami kebutuhan pelanggan.
- e. Beberapa UMKM gagal mempertahankan kinerja mereka selama pandemi karena takut akan risiko yang terjadi dalam melakukan inovasi.

3. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka diperlukan batasan – batasan dalam penelitian. Maka penelitian ini membahas Orientasi Kewirausahaan dibahas dari segi inovatif, proaktif, pengambilan risiko, dan Kinerja, serta Orientasi Pasar dibahas dari segi orientasi pelanggan dan orientasi pesaing.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari batasan masalah diatas, guna untuk mempermudah menjawab masalah yang ada, maka dibutuhkan rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja UMKM bidang *Fashion* di Tanah Abang pada masa pandemi?
- b. Apakah Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Kinerja UMKM bidang *Fashion* di Tanah Abang pada masa pandemi?
- c. Apakah Inovasi berpengaruh terhadap Kinerja UMKM bidang *Fashion* di Tanah Abang pada masa pandemi?

B. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijabarkan diatas, dapat dirumuskan tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM bidang *Fashion* di Tanah Abang pada masa pandemi.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM bidang *Fashion* di Tanah Abang pada masa pandemic.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi terhadap Kinerja UMKM bidang *Fashion* di Tanah Abang pada masa pandemi.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat digunakan sebagai sumber referensi tambahan untuk penelitian berikutnya mengenai Pengaruh Orientasi Pasar Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi terhadap Kinerja Usaha. Serta diharapkan dapat menjadi sebuah studi bagi UMKM untuk meningkatkan kinerja usahanya.

b. Manfaat Praktis

Manfaat penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan diharapkan juga dapat menjadi masukan bagi UMKM bidang *fashion* untuk mengetahui bagaimana cara mengembangkan dan meningkatkan kinerja usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- 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, Vol. 29, No. 4*, 549-565.
- Alpkan, L., Bulut, C., Gunday, G., Ulusoy, G., & Kilic, K. (2010). Organizational support for intrapreneurship and its interaction with human capital to enhance innovative performance. *Management Decision, Vol. 48, No. 5*, 732-755.
- Alvi, T., Assad, F., Ramzan, M., & Khan, F. A. (2010). Depression, Anxiety, and their associated factors among. *Journal of the college oh physicians and surgeons pakistan, Vol. 20, No. 2*, 122-126.
- Andiyanto, F., Miyasto, & Sufian, S. (2017). ANALISIS PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DALAM RANGKA MENINGKATKAN KINERJA BISNIS (Studi Empiris Pada Industri Pakaian Jadi Skala Kecil dan Menengah di Kabupaten Kudus). *Fakultas Ekonomika dan dan Bisnis, Universitas Diponegoro*, 1-20.
- Aritonang, L. (2007). *Riset Pemasaran Teori & Praktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ariyanto, A. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*. Solok, Sumatera Barat: ICM Publisher.
- Astuti, I. Y., & Munir, M. (2022). ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DALAM MEMPENGARUHI KINERJA PEMASARAN DI MASA RECOVERY. *JOURNAL OF MANAGEMENT Small and Medium Enterprises (SME's), Vol 15, No. 2*, 249-269.
- Bahtiar, R. A. (2021). DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH SERTA SOLUSINYA. *JURNAL BIDANG EKONOMI DAN KEBIJAKAN PUBLIK*, 20.

- Baregheh, A., Rowley, J., & Sambrook, S. (2009). Towards a multidisciplinary definition of innovation. *Management Decision*, Vol. 47, No. 8, 1323-1339.
- Bechere, R. C., Halstead, D., & Haynes, P. (2001). Marketing Orientation in SMEs: Effects of the Internal Environment. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 3 (1), 1-17.
- 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. 2, 292-309.
- Calantone, R. J., Cavusgi, S. T., & Zhao, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. *Industrial Marketing Management*, Vol. 31, No. 6, 515-524.
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Cho, Y. H., & Lee, J.-H. (2018). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance . *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, Vol. 12, No. 2, 124-134.
- Danny, F. G., & Utama, L. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kapasitas Inovasi terhadap Kesuksesan Proyek pada Bidang Fashion. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, Vol. 2, No. 3, 690-699.
- Darwis, H., & Utama, L. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, Vol. 2, No. 2, 542-552.
- Dickson, P. (1996). The static and dynamic mechanics of competitive theory. *Journal of Marketing*, 60, 102-106.

- E.Rigdon, E. (2014). Rethinking Partial Least Squares Path Modeling: Breaking Chains and Forging Ahead. *Long Range Planning*, Vol. 47, No. 3, 161-167.
- Eisenhardt, K., & Martin, J. (2000). Dynamic capabilities: what are they? *Strategic Management Journal*, Vol. 21, 1105-1121.
- Erreira, J. J., Azevedo, S. G., & Ortiz, R. F. (2011). Contribution of Resource-Based View and Entrepreneurial Orientation on Small Firm Growth. *International Business Administration*, Vol. 11, No. 1, 95-116.
- Eshlaghy, A. T., & Maatofi, A. (2011). Learning Orientation, Innovation and Performance: Evidence from Small-Sized Business Firms in Iran. *European Journal of Social Sciences*, Vol. 19, No. 1, 114-122.
- Fatmarani, S. (2021, Mei 4). *www.ukmindonesia.id*. Retrieved from Menghadapi Pandemi Dengan Riset Berbasis Data: <https://www.ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/menghadapi-pandemi-dengan-riset-berbasis-data>
- Frese, M., Brantjes, A., & Hoorn, R. (2002). Psychological success factors of small scale businesses in Namibia: The roles of strategy process, entrepreneurial orientation and the environment. *Journal of Development Entrepreneurship*, Vol. 7, No. 3, 259-282.
- Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 2*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Tarumanagara.
- Ghozali, I. (2006). *Structural Equation Modeling Alternative Methods with Partial Least Square*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Green, K. M., Covin, J. G., & Slevin, D. P. (2006). Strategic Process Effects on the Entrepreneurial Orientation–Sales Growth Rate Relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30.

- Hair, J. F. (2013). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation*. New York: SAGE Publications.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural. *European Business Review*, 26(2), 106-121.
- Hanlon, B., & Larget, B. (2011). Samples and Populations. *Department of Statistics University of Wisconsin - Madison*, 1-21.
- Idar, R., & Mahmood, R. (2011). Entrepreneurial and marketing orientation relationship to performance: The SME perspective. *Interdisciplinary review of economics and Management*, 1-8.
- Jannah, M., Irawati, H. S., & Purnomo, H. (2019). PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA UMKM BATIK GEDOG KHAS TUBAN. *Eco-Entrepreneurship*, Vol 5 No 1 , 34-48.
- Janssen, W., Bouwman, H., Buuren, R. V., & Haaker, T. (2014). An organizational competence model for innovation intermediaries . *European Journal of Innovation*, Vol. 17, No. 1, 2-24.
- Jimenez, D. J., & Valle, R. S. (2011). Innovation, organizational learning, and performance. *Journal of Business Research*, Vol. 64 No. 4, 408-417.
- Jimenez, D. J., Valle, R. S., & Espallardo, M. H. (2008). Fostering innovation: The role of market orientation and organizational learning. *European Journal of Innovation Management*, Vol. 11, No. 3, 389-412.
- 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, 104-117.

- Kajalo, S., & Lindblom, A. (2015). Market orientation, entrepreneurial orientation, and business performance among small retailers. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 43(7), 580-596.
- kemenkeu. (2022, Agustus 24). Retrieved from Ini Upaya Pemerintah Jaga Peran UMKM sebagai Tulang Punggung Perekonomian:
<https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Ini-Upaya-Pemerintah-Jaga-Peran-UMKM>
- Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. (1990). Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications. *Journal of Marketing*.
- Lin, C.-H., Peng, C.-H., & Kao, D. T. (2008). The innovativeness effect of market orientation and learning orientation on business performance. *International Journal of Manpower*, Vol. 29, No. 8, 752-772.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2005). The Role of Entrepreneurial Orientation in Stimulating Effective Corporate Entrepreneurship. *Academy of Management Perspectives Vol. 19, No. 1* , 147-156.
- Malhotra, N. K. (1993). Marketing Research An Applied Orientation, second edition. *Prentice Hall International Inc, New Jersey*.
- Malhotra, N. K. (2015). Essentials of Marketing Research: A Hands-On Orientation . *Pearson Education Limited*, 82-285.
- Manahera, M. M., Silcyljeova, Moniharapon, & Tawas, H. N. (2018). ANALISIS PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INOVASI PRODUK DAN KINERJA PEMASARAN (STUDI KASUS UMKM NASI KUNING DI MANADO). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 6, No. 4, 3603-3612.
- Matzler, K., Abfalter, D. E., Mooradian, T. A., & Bailom, F. (2013). CORPORATE CULTURE AS AN ANTECEDENT OF SUCCESSFUL

EXPLORATION AND EXPLOITATION. *International Journal of Innovation Management*, Vol. 17, No. 5, 1-13.

- Morgan, N., Vorhies, D., & Mason, C. (2009). Market orientation, marketing capabilities, and firm performance. *Strategic Management Journal*, Vol.30, 909-920.
- Munaf, T. (2017, Oktober 19). *kominfo*. Retrieved from Kuliner, Kriya dan Fashion, Penyumbang Terbesar Ekonomi Kreatif:
https://www.kominfo.go.id/content/detail/11034/kuliner-kriya-dan-fashion-penyumbang-terbesar-ekonomi-kreatif/0/berita_satker
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, Vol. 54, No. 4.
- Nasir, W. M., Mamun, A. A., & Breen, J. (2017). Strategic Orientation and Performance of SMEs in Malaysia. *SAGE Open*.
- Ndubisi, N. O., & Iftikhar, K. (2012). Relationship between entrepreneurship, innovation and performance. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, Vol. 14, No. 2, 214-236.
- Phelan, C., & Sharpley, R. (2012). Exploring entrepreneurial skills and competencies in farm tourism. *Local Economy: The Journal of the Local Economy Policy Unit*, 27(2), 103-118.
- Priem, R. L., & Butler, J. E. (2001). Is the Resource-Based “View” a Useful Perspective for Strategic Management Research? *Academy of Management Review* Vol. 26, No. 1, 22-40.
- Purwanto, A., Fahlevi, M., Zuniawan, A., & Kusuma, R. D. (2020). THE COVID-19 PANDEMIC IMPACT ON INDUSTRIES PERFORMANCE: AN EXPLORATIVE STUDY OF INDONESIAN. *Journal of Critical Reviews*, Vol 7, 1968.

- Putri, M. A., Yasa, N. N., & Giantari, I. G. (2018). Persaingan dalam usaha menuntut pengusaha untuk memahami apa yang terjadi di pasar dan mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen. . *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Vol. 4, No. 1, 522-534.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G., & 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.
- Rodríguez, A. L., & Morant, G. A. (2016). Linking market orientation, innovation and performance: An empirical study on small industrial enterprises in Spain. *Journal of Small Business Strategy*, Vol. 26, No. 1, 37-50.
- Rosenbusch, N., Brinckmann, J., & Bausch, A. (2011). Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs. *Journal of Business Venturing*, Vol. 26, No. 4, 441-457.
- Sánchez, A. A., & Marín, G. S. (2005). Strategic orientation, management characteristics, and performance: A study of Spanish SMEs. *Journal of Small Business Management*, Vol. 43, No. 3, 287-308.
- Sandvik., & Leskiewicz, I. (2003). The impact of market orientation on product innovativeness and business performance. *International Journal of Research in Marketing*, 355-376.
- Saunila, M., & Ukko, J. (2012). A conceptual framework for the measurement of innovation capability and its effects. *Baltic Journal of Management*, Vol. 7, No. 4, 355-375.
- Sciascia, S., Naldi, L., & Hunter, E. (2006). Market orientation as determinant of: An Emprical Investigation on SMEs . *The International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 2 No.1, 21-38.

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. Wiley.
- Sihombing, E. H., & Nasib, N. (2020). The Decision of Choosing Course in the Era of Covid 19 through the Telemarketing Program, Personal Selling and College Image. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, Vol. 3, No. 4, 2843-2850.
- Sondra, T. C., & Widjaja, O. H. (2021). PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI TERHADAP KINERJA USAHA UKM BIDANG. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, Vol. 3, No. 2, 500-508.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Method)*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2012). *Metode Riset : Aplikasinya dalam Pemasaran*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Taylor, P. (2013). The Effect of Entrepreneurial Orientation on the Internationalization of SMEs in Developing Countries. *African Journal of Business Management* , 11.
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, Vol. 28, No. 13, 1319-1350.
- Turulja, L., & Bajgoric, N. (2019). Innovation, firms' performance and environmental turbulence: is there a moderator or mediator? *European Journal of Innovation*, Vol. 22, No. 1, 213-232.

- Udriyah, Thama, J., & Azam, S. M. (2019). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business perfor-. *Management Science Letters* (9), 1419-1428.
- Utama, L. (2018). Pengaruh Sumber Daya Pemilik Waralaba Terhadap Kinerja Penerima Waralaba dengan Orientasi Kewirausahaan sebagai mediasi. *Conference on Management and Behavior Studies* (p. 97). Jakarta Pusat: Universitas Tarumanagara.
- Vicente, M., Abrantes, J. L., & Teixeira, M. S. (2015). Measuring innovation capability in exporting firms: the INNOVSCALE. *International Marketing Review*, Vol. 32, no. 1, 29-51.
- Vitale, J. E., Smith, S. S., Brinkley, C. A., & Newman, J. P. (2002). The Reliability and Validity of the Psychopathy Checklist–Revised in a Sample of Female Offenders. *Criminal Justice and Behavior*, 29(2), 202-231.
- Wahyuni, N. M., & Sara, I. M. (2020). The effect of entrepreneurial orientation variables on business performance in the SME. *Journal of Workplace Learning*, 32(1), 35-62.
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View of The Firm. *Strategic Management Journal*, Vol.5, No. 2, 171-180.
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2011). *Partial least square path modeling* . Jakarta: Salemba Infotek.
- Yazikiri, L., & Niwand, L. R. (2020, Februari). *kemenkeu*. Retrieved from djpb.kemenkeu.go.id:
https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/images/2022/MTI/MTI_2_2022.pd

