

SKRIPSI
PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN, DAN EFIKASI DIRI TERHADAP
KINERJA UMKM KULINER DI KOTA BEKASI



DIAJUKAN OLEH:
AMADEUS YOSEF THEOFADILLA
115200353

MEMENUHI SYARAT-SYARAT GUNA MENCAPAI GELAR
SARJANA EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2023

SKRIPSI
PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN, DAN EFIKASI DIRI TERHADAP
KINERJA UMKM KULINER DI KOTA BEKASI



DIAJUKAN OLEH:
AMADEUS YOSEF THEOFADILLA
115200353

MEMENUHI SYARAT-SYARAT GUNA MENCAPAI GELAR
SARJANA EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2023

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Amadeus Yosef Theofadilla
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 1152001353
Program Studi : S1 Manajemen Bisnis



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

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebutkan 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, 8 Januari 2024



The image shows a handwritten signature in black ink over a yellow official stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI KEAMPEI' and 'E2E5CALX029200644'.

Amadeus Yosef Theofadilla

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : AMADEUS YOSEF
THEOFADILLA
NIM : 115200353
PROGRAM STUDI : S1 / Manajemen
MATA KULIAH KONSENTRASI : Manajemen Kewirausahaan
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI PASAR,
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN,
DAN EFIKASI DIRI TERHADAP
KINERJA UMKM KULINER DI
KOTA BEKASI.

Jakarta, 22 November 2023

Pembimbing



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

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Amadeus Yosef Theofadilla

NIM : 115200353

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi

PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, DAN
EFIKASI DIRI TERHADAP KINERJA UMKM KULINER DI KOTA BEKASI

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 18 Januari 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Ary Satria Pamungkas, SE., MM.
2. Anggota Penguji : Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M., CIFM.
3. Anggota Penguji : Tommy Setiawan R., SE., MM.

Jakarta, 18 Januari 2024

Pembimbing



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

ABSTRACT

**TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
JAKARTA**

(A) AMADEUS YOSEF THEOFADILLA (115200353)

(B) *THE EFFECTS OF MARKET ORIENTATION, ENTREPRENEURSHIP ORIENTATION, AND SELF EFFICACY ON THE PERFORMANCE OF CULINARY SMES IN BEKASI CITY.*

(C) 77 pages, 2023, 24 tables, 4 pictures, 2 appendixes

(D) *Entrepreneurship*

(E) *Abstract: The purpose of this research is to understand the effects of market orientation, entrepreneurship orientation, and self-efficacy on the performance of culinary based SMEs in Bekasi City. The sampling method used in this research is purposive sampling. The data collection process involves questionnaire being handed out to 50 eligible respondents. The data was then analysed and examined using the SEM PLS method by using the data analysing software SmartPLS 4.0. The research found that market orientation, entrepreneurship orientation, and self-efficacy had influence on the performance of culinary SMEs in Bekasi City.*

Keywords: market orientation, entrepreneurship orientation, self-efficacy, performance of SMEs

(F) *Reference 46 (1980-2023)*

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

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

(A) AMADEUS YOSEF THEOFADILLA (115200353)

(B) PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN,
DAN EFIKASI DIRI TERHADAP KINERJA UMKM KULINER DI KOTA
BEKASI

(C) 77 Halaman, 2023, tabel 24, gambar 4, lampiran 2

(D) Kewirausahaan

(E) Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan efikasi diri terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Kota Bekasi. Metode penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang di bagikan kepada 50 responden. Analisis data menggunakan analisis SEM PLS dengan media *software* SmartPLS 4.0. Hasil analisis menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan efikasi diri terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Kota Bekasi.

Kata Kunci: orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, efikasi diri, kinerja UMKM

(F) Daftar Acuan 46 (1980-2023)

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

HALAMAN MOTTO

“One Day, Or Day One”

- Dwayne “The Rock” Johnson -

“This is ten percent luck. Twenty percent skill. Fifteen percent concentrated power of will. Five percent pleasure. Fifty percent pain. And a hundred percent reason to remember the name”

- Fort Minor (*Remember the Name*) -

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatNya, maka penulis dapat menyelesaikan penelitian ini guna memenuhi sebagian dari syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta.

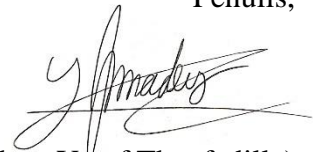
Selesainya penyusunan penelitian ini juga tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu perkenankanlah penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M., CIFM., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan untuk meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan petunjuk, bimbingan dan pengarahan kepada saya dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widodoatmodjo, S.E., M.M., MBA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara
3. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M., selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
4. Segenap Dosen dan Staf Pengajar yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada saya selama masa perkuliahan.
5. Keluarga saya tercinta, yang telah membantu mendukung saya dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna baik isi, tata bahasa, maupun dari segi penyusunan. Saya bersedia menerima kritik dan saran guna melengkapi skripsi ini agar menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, Desember 2023

Penulis,



(Amadeus Yosef Theofadilla)

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
HALAMAN MOTTO	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
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.....	4
4. Rumusan Masalah.....	5
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1. Tujuan	5
2. Manfaat	5
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI.....	7

A. Gambaran Umum Teori	7
B. Definisi Konseptual Variabel	8
1. Orientasi Pasar	8
2. Orientasi Kewirausahaan	9
3. Efikasi Diri.....	9
4. Kinerja UMKM.....	10
C. Kaitan Antar Variabel.....	11
1. Kaitan antara Orientasi Pasar dan Kinerja UMKM	11
2. Kaitan antara Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja UMKM	11
3. Kaitan antara Efikasi Diri dan Kinerja UMKM.....	12
D. Penelitian Relevan	12
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	16
1. Kerangka Pemikiran	16
2. Hipotesis Penelitian	17
BAB III	18
METODE PENELITIAN.....	18
A. Desain Penelitian	18
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel.....	18
1. Populasi.....	18
2. Teknik Pemilihan Sampel.....	18
3. Ukuran Sampel	19
C. Pengambilan Data.....	19
D. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	19
1. Orientasi Pasar	20
2. Orientasi Kewirausahaan	21

3. Efikasi Diri.....	22
4. Kinerja UMKM.....	23
E. Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	23
1. Analisis Validitas.....	23
2. Analisis Reliabilitas.....	29
F. Analisis Data.....	30
1. Koefisien Determinasi (R^2).....	31
2. <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	31
3. <i>Path Coefficient</i>	32
4. <i>Effect Size</i> (F^2).....	32
5. <i>Goodness of Fit Test</i> (GoF).....	32
6. Analisis Hipotesis.....	33
BAB IV.....	34
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Deskripsi Subjek Penelitian.....	34
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Hasil Penjualan Tahunan.....	35
B. Deskripsi Objek Penelitian.....	36
1. Orientasi Pasar.....	37
2. Orientasi Kewirausahaan.....	38
3. Efikasi Diri.....	39
4. Kinerja UMKM.....	40
C. Hasil Analisis Data.....	41
D. Pembahasan.....	47

BAB V.....	52
KESIMPULAN DAN PENUTUP	52
A. Kesimpulan.....	52
B. Keterbatasan dan Saran.....	52
1. Keterbatasan.....	52
2. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	57
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	67
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Skala Likert	20
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Orientasi Pasar	21
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Orientasi Kewirausahaan	22
Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel Efikasi Diri	22
Tabel 3. 5 Operasionalisasi Variabel Kinerja UMKM	23
Tabel 3. 6 Analisis Loading Factor (Covergent Validity).....	25
Tabel 3. 7 Hasil Analisis Loading Faktor Setelah Eleminasi Indikator OP3	26
Tabel 3. 8 Hasil Analisis AVE Sebelum Eliminasi Indikator OP3	26
Tabel 3. 9 Hasil Analisis AVE Setelah Eliminasi Indikator OP3	27
Tabel 3. 10 Hasil korelasi Fornell-Lacker Setelah Eliminasi Indikator OP3	28
Tabel 3. 11 Hasil dari analisis Cross-Loading Setelah Eliminasi Indikator OP3.....	29
Tabel 3. 12 Hasil Analisis Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) setelah eliminasi indikator OP3	29
Tabel 3. 13 Hasil Analisis Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.....	30
Tabel 4. 1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Orientasi Pasar	37
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Orientasi Kewirausahaan	39
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Efikasi Diri.....	40
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kinerja UMKM.....	41
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	42
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Predictive Relevance (Q ²).....	43
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Path Coefficient.....	44
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Effect Size (F ²).....	45
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Goodness of Fit Test (GoF).....	45
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Hipotesis	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	17
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	35
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Hasil Penjualan Tahunan	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	57
Lampiran 2	63

BABI

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Makanan adalah salah satu dari kebutuhan primer manusia, tanpa makanan dan minuman seorang individu tidak dapat menjaga kesehatan dan kebugaran tubuhnya. Hal tersebut menyebabkan fenomena dimana penyedia makanan dalam skala kecil dan skala besar terus merajalela. Adapun variasi makanan yang tersedia bagi setiap individu pada saat ini bersifat lebih banyak dan universal, dimana tersedia makanan yang sebelumnya hanya tersedia untuk satu daerah atau negara yang spesifik. Jumlah kebutuhan dan ketersediaan yang seimbang menciptakan suatu ekosistem dimana industri makanan dapat berkembang dengan pesat.

Pertumbuhan permintaan terhadap penyedia makanan tengah mengalami perkembangan yang pesat, menyebabkan euphoria yang tercipta dan diikuti oleh para pelaku usaha. Tidak sedikit jumlah individu pelaku usaha yang memutuskan untuk terjun kedalam dunia industri penyedia makanan dengan beragam konsep dan ide yang dirancang untuk menarik minat konsumen dari berbagai latar belakang. Tidak hanya di kota-kota besar, tetapi juga di berbagai lokasi di kota-kota kecil, ide usaha penyedia makanan menunjukkan perkembangan yang signifikan. Pernyataan tersebut didukung dengan data yang menyatakan bahwa dari tahun 2013 sampai tahun 2021 terdapat setidaknya 5.000 usaha penyedia makanan baru yang tercatat di provinsi Jawa Barat per tahunnya (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat. (2021). Jumlah Usaha Restoran, Rumah Makan, dan Cafe Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat. Diakses pada tanggal 18 Agustus 2023).

Pertumbuhan pasar penyedia makanan yang bertumbuh dengan pesat memaksa para pelaku usaha untuk bersikap lebih kreatif. Mengembangkan konsep usaha penyedia makanan yang baru dan menarik merupakan tindakan yang tidak mudah dilakukan. Menurut data riset pasar yang dilakukan oleh Evermos dan diterbitkan oleh *World Economic Forum* pada tahun 2021,

sebanyak 99% usaha UMKM gagal melakukan perkembangan karena komoditas yang disediakan tidak sesuai dengan kebutuhan pasar.

Walaupun data mengindikasikan kegagalan total bagi para pelaku usaha, animo untuk menjadi pelaku usaha tidak turun, bahkan tren usaha makanan mengalami kenaikan pada tahun berikutnya. Karena komoditas makanan akan selalu dibutuhkan oleh setiap individu manusia, yang terjadi adalah pengerucutan sektor pasar yang dipilih oleh para pelaku usaha.

Tidak sedikit jumlah pengusaha yang lebih memilih untuk memulai usaha penyedia makanan yang berskala kecil. Usaha penyedia makanan berskala kecil adalah salah satu cara para pelaku usaha pemula yang ingin masuk ke kedalam sektor usaha tersebut, karena modal usaha yang tergolong kecil dan komitmen manajemen yang tidak mengikat secara signifikan.

Atas kemudahan yang tercipta tersebut, terciptanya peningkatan dalam jumlah pengusaha yang bergerak dalam sektor bisnis makanan dan minuman. Akibatnya terdapat sejumlah individu yang terjun tanpa persiapan dan pengalaman, menciptakan persentase kegagalan wirausaha yang tinggi. Menurut M.E Gerber (2021) hanya 4% pelaku usaha yang akhirnya sukses melaksanakan usahanya, menunjukkan tingkat kegagalan 96% yang dapat dialami oleh pelaku usaha.

Kegagalan dalam memulai suatu usaha dapat ditanggulangi dengan persiapan yang dilakukan oleh para pelaku usaha sebelum memulai usahanya. Membekali diri dalam ilmu memulai usaha dan kesiapan individu dalam menjalani suatu usaha adalah tindakan yang dapat diambil oleh pengusaha dalam rangka menanggulangi kegagalannya tersebut. Memiliki penilaian akan diri sendiri dan kemampuan pribadi adalah salah satu aspek yang harus dilakukan oleh pemilik usaha, bersama dengan hal tersebut seorang pengusaha juga harus memiliki kesadaran akan orientasi usahanya, maupun itu pangsa pasar ataupun pengelolaan usaha.

Orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan efikasi diri merupakan faktor-faktor yang saling terkait dan memegang peranan penting dalam membangun daya saing UMKM kuliner. Orientasi pasar menunjukkan sejauh

mana UMKM dapat memahami kebutuhan dan harapan konsumen, sementara orientasi kewirausahaan mencerminkan sejauh mana UMKM dapat mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang bisnis. Sementara itu, efikasi diri sebagai faktor psikologis dapat memengaruhi keyakinan diri UMKM dalam mengatasi tantangan dan meraih kesuksesan.

Melihat pentingnya peran ketiga faktor tersebut, penelitian ini akan mengeksplorasi pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan efikasi diri terhadap kinerja UMKM kuliner di Kota Bekasi. Dengan memahami interaksi antara faktor-faktor tersebut, diharapkan dapat ditemukan strategi dan rekomendasi yang dapat meningkatkan kinerja UMKM kuliner, serta memberikan kontribusi pada literatur manajemen dan pengembangan UMKM di Indonesia.

Penelitian terdahulu telah menyoroti sejumlah aspek yang relevan dengan variabel - variabel utama dalam penelitian ini. Kotler (2018) berpendapat bahwa pemahaman mendalam terhadap orientasi pasar dapat meningkatkan daya saing dalam konteks UMKM. Di sisi lain, Shane & Venkataraman (2000) beropini bahwa orientasi kewirausahaan menunjukkan bahwa UMKM yang proaktif dalam mengidentifikasi peluang bisnis memiliki kemampuan beradaptasi yang lebih baik. Dalam konteks efikasi diri, Bandura et al. (1996) mengemukakan bahwa tingkat efikasi diri yang tinggi dapat meningkatkan motivasi dan kinerja individu.

Terlepas dari penelitian yang menunjukkan adanya hubungan positif antara orientasi pasar dan kinerja UMKM, Nwokah (2008) memiliki pendapat yang berlawanan, didalam studi yang dilakukan terhadap UMKM di Nigeria, ditemukan bahwa tidak adanya hubungan konkrit antara orientasi pasar dengan kinerja UMKM. Studi-studi ini memberikan landasan teoretis yang kuat untuk penelitian ini, sekaligus menggambarkan pentingnya memahami pengaruh interaksi antara orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan efikasi diri terhadap kinerja UMKM kuliner.

Berdasarkan uraian di atas, untuk mencari tahu lebih lanjut keterkaitan antar variabel tersebut, maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Orientasi**

Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Efikasi Diri terhadap Kinerja UMKM Berbasis Kuliner di Kota Bekasi”

2. Identifikasi masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang, maka identifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Pentingnya Orientasi Pasar dalam pengambilan keputusan dalam proses memulai suatu usaha.
- b. Orientasi Kewirausahaan memiliki peran yang signifikan dalam mengembangkan daya tarik suatu usaha.
- c. Efikasi Diri merupakan komponen yang berpengaruh signifikan terhadap bagaimana seorang pemilik usaha menjalankan usahanya.
- d. Penerapan Orientasi Pasar dalam menjalankan usaha mempengaruhi kinerja UMKM kuliner.
- e. Orientasi Kewirausahaan apabila diterapkan dengan baik, dapat meningkatkan pasar suatu usaha dan mempengaruhi usahanya secara positif.
- f. Seorang pemilik usaha yang percaya diri dalam menjalankan usahanya berpengaruh terhadap perkembangan dan kinerja usahanya.

3. Batasan masalah

Agar penelitian ini dapat lebih terfokuskan mengingat luasnya ruang lingkup penelitian, maka dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

- a. Variabel dalam penelitian ini hanya terdiri atas empat variabel independen yakni orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan efikasi diri. Penelitian ini memiliki satu variabel dependen yakni kinerja UMKM kuliner.
- b. Subjek dalam penelitian ini dibatasi hanya pada pemilik usaha UMKM kuliner di daerah Kota Bekasi. Tempat dan subjek tersebut dipilih dengan tujuan agar pengumpulan data lebih efisien dan efektif baik dari segi waktu, tenaga, maupun biaya.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian tentang identifikasi dan batasan masalah diatas, maka rumusan masalah yang dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM kuliner?
- b. Apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM kuliner?
- c. Apakah terdapat pengaruh efikasi diri terhadap kinerja UMKM kuliner?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris:

- a. Menguji secara empiris pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM kuliner.
- b. Menguji secara empiris pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM kuliner.
- c. Menguji secara empiris pengaruh efikasi pasar terhadap kinerja UMKM berbasis kuliner.

2. Manfaat

a. Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan wawasan serta pengetahuan bagi berbagai pihak terkait faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kinerja UMKM. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan untuk memiliki kontribusi dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya ilmu berwirausaha sebagai pendukung kinerja UMKM kuliner.

b. Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah bacaan, referensi, inspirasi serta menambah literatur akademis terkait orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan efikasi diri terhadap kinerja UMKM. Hasil

penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian serupa dimasa depan tanpa harus mengulang apa yang sudah ada di penelitian ini sehingga menciptakan suatu temuan baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, T., & Fitriasari, F. (2021). Efikasi Diri Terhadap Kinerja Usaha Dengan Komitmen Berwirausaha Sebagai Variabel Mediasi Pada Umkm. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1430-1439.
- Bandura, A., & Watts, R. E. (1996). *Self-efficacy in changing societies*.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: W. H. Freeman and Company.
- Bandura, A. (2006). Guide for constructing self-efficacy scales. *Self-efficacy beliefs of adolescents*, 5(1), 307-337.
- Barney, J. B. (2001). Resource-based theories of competitive advantage: A ten-year retrospective on the resource-based view. *Journal of management*, 27(6), 643-650.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120.
- Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980). Significance test and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88, 588-606.
- Cho, Y. H., & Lee, J. H. (2018). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(2), 124-134.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic management journal*, 10(1), 75-87.
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat. (2021, 28 Februari). Jumlah Usaha Restoran, Rumah Makan, dan Cafe Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat. Open Data Jabar. opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-usaha-restoran-rumah-makan-dan-cafe-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat
- Gerber, M. E. (2021). *The E-Myth Revisited Why Most Small Businesses Don't Work and What to Do About It*. HarperCollins Publishers Ltd.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartato, F., & Handoyo, S. E. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Bisnis Kuliner. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 980-989.

- Hamel, C., & Wijaya, A. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha UKM Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4), 863-872.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., Gudergan, S. P., Fischer, A., Nitzl, C., & Menictas, C. (2019). Partial least squares structural equation modeling-based discrete choice modeling: an illustration in modeling retailer choice. *Business Research*, 12, 115-142.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the academy of marketing science*, 43, 115-135.
- Hosmiyati, & Ashar, K. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja UMKM (Studi Kasus Industri Keris Di Desa Aeng Tongtong Kabupaten Sumenep). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB UB*, 7(2).
- Honicke, T., & Broadbent, J. (2016). The influence of academic self-efficacy on academic performance: A systematic review. *Educational research review*, 17, 63-84.
- Hutahayan, B. (2019). Factors affecting the performance of Indonesian special food SMEs in entrepreneurial orientation in East Java. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(2), 231-246.
- Jaworski, B. J., & Kohli, A. K. (1993). Market orientation: antecedents and consequences. *Journal of marketing*, 57(3), 53-70.
- Kholik, A., & Laeli, S. (2020). Keunggulan bersaing berkelanjutan sekolah alam berbasis model resource-based view. *Tadbir Muwahhid*, 4(1), 73.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. London: Pearson.
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(5), 577-597.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., McDaniel, C., Boivin, M., Gaudet, D., & Snow, K. (2021). *Mktg*. Cengage Canada.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Mohd, R., Kirana, K., Kamaruddin, B. H., Zainuddin, A., & Ghazali, M. C. (2014). The mediatory effect of self-efficacy on the relationship between religious values and entrepreneurial orientations: A case of Malay owner managers of SMEs in manufacturing industry. *Procedia-Social and Behavioural Sciences*, 130, 96-104.

- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of marketing*, 54(4), 20-35.
- Nwokah, N. (2008). Strategic market orientation and business performance: The study of food and beverages organisations in Nigeria. *European Journal of Marketing*, 42(3/4), 279-286.
- Priyanto, S. H. (2009). Mengembangkan pendidikan kewirausahaan di masyarakat. *Jurnal. PNFI*, 1(1), 57-82.
- Purnama, C., & Suyanto. (2011). Motivasi dan Kemampuan Usaha Dalam meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil (Studi Pada Industri Kecil Sepatu di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(2), 177-184.
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of work and organizational psychology*, 16(4), 353-385.
- Rönkkö, M., & Cho, E. (2022). An updated guideline for assessing discriminant validity. *Organizational Research Methods*, 25(1), 6-14.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Simon, M., Stachel, C., & Covin, J. G. (2011). The effects of entrepreneurial orientation and commitment to objectives on performance. *New England Journal of Entrepreneurship*, 14(2), 9-17.
- Sugiyono, S. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Suryana. (2011). Kewirausahaan. Jakarta: *Salemba Empat*. pp 61-66.
- Verbyani, V., & Handoyo, S. E. (2021). Pengaruh Inovasi, Orientasi Kewirausahaan dan Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing UKM Kuliner. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(3), 875-883.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic management journal*, 5(2), 171-180.
- Zimmerman, B. J. (2000). Self-efficacy: An essential motive to learn. *Contemporary educational psychology*, 25(1), 82-91.