

Analisis Dampak Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar pada Kemampuan Inovasi Dalam Sektor UKM

Firda Zahro Latifah¹ Engga Jalaluddin²

Universitas Darunnajah
firdazahro26@gmail.com

Info Artikel

Diterima : 21/11/2024 Direvisi : 10/12/2024 Disetujui : 15/12/2024 Diterbitkan : 31/12/2024

Abstract

This study aims to identify the influence of entrepreneurial orientation, market orientation, and innovation capability on business performance among SMEs in DKI Jakarta. Currently, Indonesia's economic condition is in a relatively good phase, with small businesses being one of the influential factors. This research is relevant for examining how entrepreneurial orientation, market orientation, and innovation capability affect business performance. The research methodology employs an explanatory approach with a total population of 243,900 and a sample of 400 selected through purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using SPSS. The results show that entrepreneurial orientation, market orientation, and innovation capability have a positive and significant impact on business performance. The limitation of this study lies in the lack of specificity regarding particular business sectors in DKI Jakarta. This research contributes to improving business performance among SMEs in DKI Jakarta. These findings are expected to serve as a foundation for efforts to enhance business performance in the region.

Keywords: *Entrepreneurial Orientation, Market Orientation, Innovation Capability, Business Performance.*

Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi Indonesia saat ini berada dalam fase yang cukup baik. Usaha kecil merupakan salah satu jenis usaha yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Saat ini pemerintah sedang mendorong masyarakat untuk membuat usaha kecil, baik dalam sektor tradisional maupun modern, bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Sektor bisnis yang mengalami perkembangan adalah usaha kecil dan menengah (UKM). UKM merupakan salah satu sektor bisnis yang tetap stabil walaupun ada krisis global yang meresahkan. Oleh karena itu, tidak diragukan lagi bahwa UKM memiliki fungsi yang besar dalam meningkatkan perkembangan ekonomi di Indonesia dan juga mengatasi pengangguran. Hal ini menunjukkan bahwa usaha mikro memiliki daya tarik yang signifikan di Provinsi DKI Jakarta dan berpotensi memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi DKI Jakarta.

UKM Republik Indonesia dan Kementerian Koperasi telah mempublikasikan informasi tentang perkembangan bisnis dalam kategori Usaha Mikro, Kecil Menengah, dan Usaha Besar selama tahun 2022-2023 sebagai berikut:

Tabel 1. Data perkembangan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2022 – 2023

No	Indikator	Tahun		Tahun		Perkembangan Tahun 2022-203	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
1.	UNIT USAHA						
	A. UMK	64,194,057	99.99	65,465,497	99.99	1,271,440.5	1.98
	B. Usaha Besar	5,550	0.01		0.01	87.5	1.58
2.	TENAGA KERJA	116,978,631	97.00	119,562,843	96.92	2,584,212.1	2.21
	A. UMKM	3,619,507	3.00	3,805,829	3.08	186,321.8	5.15
	B. Usaha Besar						
3.	PDB						
	A. UMKM	9,062,581.3	61.07	9,580,762.7	60.51	518,181.3	5.72
	B. Usaha Besar	5,776,174.7	38.93	6,251,772.7	39.49	475,598.1	8.23

Sumber dari badan pusat statistik (BPS) pada tahun 2023

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia mengenai kondisi usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2022 – 2023 yang disajikan pada tabel. 1 menunjukkan bahwa dari tahun 2022 sampai dengan 2023, jumlah UMKM sebesar 99.9% sedangkan usaha besar hanya berjumlah hanya 0.1%. Kemudian UMKM memiliki kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja sebesar 97% atau sebanyak 116,978,631 orang pekerja sedangkan kontribusi terhadap PDB UMKM menyumbang 61.07% terhadap perekonomian Indonesia. UMKM telah mengalami perkembangan yang sangat pesat di seluruh tanah air sehingga mampu mendorong perekonomian baik secara nasional maupun di berbagai daerah di Indonesia.

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang memiliki hasil kinerja yang baik. Namun mengembangkan kinerja UKM tidak mudah dilakukan, dibutuhkan berbagai upaya dan cara untuk mengembangkan kinerja UKM. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa banyak faktor yang menentukan keunggulan kompetitif dan kinerja UKM, tetapi ada beberapa konstruksi yang menonjol: orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan kemampuan inovasi.

Orientasi kewirausahaan sebagai suatu cara untuk menganalisis nilai, kemampuan, dan perilaku seseorang yang berusaha bekerja dan menciptakan sesuatu yang baru atau berinovasi. Seorang wirausahawan adalah orang yang berani dalam megambil resiko dan juga memiliki suatu motivasi dan bertindak dalam penciptaan produk baru, layanan baru, serta proses baru untuk mencapai suatu keunggulan dan bersaing (Wingwon, 2012). (Zhang, 2010) telah melakukan penelitian yang menghasilkan bahwa orientasi kewirausahaan memberikan pengaruh yang positif terhadap kinerja bisnis. Namun pada penelitian Cho dan Lee mengemukakan bahwa indikator orientasi kewirausahaan yang inovatif memiliki dampak terhadap performa bisnis diluar sektor keuangan, namun indikator pengambilan risiko tak berpengaruh terhadap kinerja keuangan terhadap kinerja bisnis non-keuangan bisnis (Lee, 2008).

Faktor berikutnya adalah inovasi. Inovasi sebagai cara baru dalam memberikan kualitas atau nilai yang lebih baik. Menurut Batra, inovasi memegang peran krusial dalam menjaga eksistensi

suatu perusahaan. Otero-Neira, Lindman, dan Fernandez menambahkan bahwa inovasi adalah implementasi ide kreatif yang berhasil (Neira, 2010). Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Jimenez-Jimenez dan Sanz-Valle, Hilman dan Kaliappen, Saunila, dan Al-Ansari, Pervan, dan Xu, hasil penelitian mereka menyatakan bahwa, sebuah inovasi dapat memberi dampak yang positif pada sebuah kinerja (Jimenez, 2011). Namun penelitian Hilmi, Ramayah, Mustapha, dan Pawanchik dan Darroch menunjukkan bahwa kinerja bisnis tidak berpengaruh secara signifikan oleh inovasi (Hilmi, 2010).

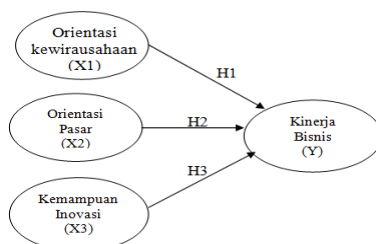
Orientasi pasar adalah salah satu strategi agar dapat memenuhi apa yang dibutuhkan oleh pelanggan pada masa sekarang dan masa yang akan datang (Harjadi, 2020). Orientasi pasar lebih menekankan pada Upaya organisasi yang menciptakan citra yang menggambarkan kemampuannya dalam mendapatkan simpati dari pelanggan melalui penyediaan layanan yang unggul, sehingga menciptakan tingkat kepuasan yang tinggi diantara pelanggan. Perusahaan perlu terus berupaya memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan dengan lebih efektif daripada pesaing. Temuan oleh Teleghani dkk. menunjukkan bahwa kinerja pemasaran terpengaruh secara positif oleh orientasi pasar (Teleghani, 2013). Disisi lain, Hatta mengungkapkan bahwa kolerasi antara orientasi pasar dan kinerja pemasaran tidak begitu signifikan (Hatta, 2015). Artikel ini berfokus pada aspek soft skill pelaku UKM, dan orientasi kewirausahaan, pasar dan kinerja dengan tujuan untuk menguji orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan kapabilitas inovasi, terhadap kinerja bisnis UMKM di DKI Jakarta.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori, di mana data numerik digunakan untuk menganalisis fenomena dan hubungan antar variabel. Dalam metode ini, data dikumpulkan melalui instrumen seperti kuesioner, yang kemudian dianalisis secara statistik. Pendekatan dilakukan pada total populasi 249.300 pelaku UMKM di DKI Jakarta. Sampel sebanyak 400 responden dipilih menggunakan metode area purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS. Penerapan metode ini diharapkan memberikan analisis mendalam dan valid terhadap hubungan antar variabel yang diteliti.

Hipotesis

Sugiyono menjelaskan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara dalam rumusan penelitian, yang dimana rumusan tersebut sudah berbentuk dalam pernyataan (Sugiyono, 2017). Hipotesis diartikan sederhana karena respon yang diberikan didasarkan pada pengetahuan teoritis. Kemudian peneliti membuat kerangka teoritis sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Teoritis

Berdasarkan kerangka teoritis yang dibuat oleh penulis diatas, maka hipotesis dalam penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

H1: Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis.

H2: Orientasi Pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis.

H3: Kemampuan Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis.

Hasil dan Pembahasan

Pengukuran model dalam SPSS merupakan tahap penting dalam penelitian yang menentukan dan mengoperasionalkan variabel. SPSS menyediakan fleksibilitas dalam penggunaan indikator, mempermudah pemilihan indikator yang sesuai dengan konsep yang kompleks. Proses ini melibatkan pemilihan indikator yang tepat, evaluasi validitas dan reliabilitas, serta pembentukan faktor yang akurat. Dengan menggunakan SPSS, penelitian dapat meningkatkan ketepatan pengukuran variabel, mendukung analisis struktural yang kuat, dan menghasilkan temuan penelitian yang lebih valid.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai keabsahan suatu kuesioner. Kuesioner dianggap valid jika pertanyaan yang terdapat di dalamnya mampu secara tepat mengungkapkan aspek yang ingin diukur oleh kuesioner tersebut. Metode yang umum digunakan untuk mengevaluasi validitas kuesioner adalah dengan menggunakan korelasi product moment atau menggunakan korelasi bivariat Pearson.

Tabel 2. Validitas

variabel	Indikator	R Hitung	Ket
Orientasi Kewirausahaan	OK1	0,107	Valid
	OK2	0,176	Valid
	OK3	0,191	Valid
	OK4	0,116	Valid
	OK5	0,138	Valid
	OK6	0,128	Valid
	OK7	0,482	Valid
Orientasi Pasar	OP1	0,282	Valid
	OP2	0,142	Valid
	OP3	0,138	Valid
	OP4	0,154	Valid
	OP5	0,264	Valid
	OP6	0,141	Valid
	OP7	0,574	Valid

Kemampuan Inovasi	KI1	0,228	Valid
	KI2	0,222	Valid
	KI3	0,220	Valid
	KI4	0,236	Valid
	KI5	0,262	Valid
	KI6	0,231	Valid
	KI7	0,197	Valid
	KI8	0,218	Valid
	KI9	0,189	Valid
	KI10	0,528	Valid
Kinerja Bisnis	KB1	0,400	Valid
	KB2	0,136	Valid
	KB3	0,208	Valid
	KB4	0,222	Valid
	KB5	0,198	Valid
	KB6	0,569	Valid

Temuan menunjukkan bahwa setiap pertanyaan yang diajukan dalam kaitannya dengan masing-masing variabel, baik itu variabel independen maupun dependen, memiliki nilai R hitung yang melebihi nilai signifikan yang telah ditentukan. Hal ini mengindikasikan bahwa data yang diperoleh dari lapangan dapat dianggap valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi seberapa konsisten atau stabil suatu kuesioner sebagai indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner dianggap reliabel jika respons individu terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu. Sementara itu, variabel dianggap reliabel jika nilai Cronbach Alpha-nya lebih besar dari 0,60.

Tabel 3. Reliabilitas Orientasi Kewirausahaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.734	8

Sumber: Data olahan SPSS

Tabel 4. Reliabilitas Orientasi Pasar

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.738	11

Sumber: Data olahan SPSS

Tabel 5. Reliabilitas Kemampuan Inovasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.738	11

Sumber: Data olahan SPSS

Tabel 6. Reliabilitas Kinerja Bisnis

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.738	11

Sumber: Data olahan SPSS

Berdasarkan tabel yang tertera diatas, hasilnya menunjukkan bahwa nilai alfa Cronbach lebih besar dari 0,6, yang menunjukkan reliabilitas yang memadai.

Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov untuk menentukan distribusi data berdasarkan nilai signifikansinya. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data dianggap berdistribusi normal. Berikut hasil pengujian menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov:

Tabel 7. Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		400
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.77993062
Most Extreme Differences	Absolute	.048
	Positive	.034
	Negative	-.048
Test Statistic		.048
Asymp. Sig. (2-tailed)		.030 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.314
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: data olahan SPSS

Hasil menunjukkan bahwa nilai yang tercantum pada Exact sig. adalah 0,314. Dengan nilai Exact sig. sebesar 0,314 yang lebih besar daripada 0,05, dapat disimpulkan bahwa data cenderung memiliki distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengidentifikasi korelasi antara variabel independen, dan sebuah model regresi dianggap baik ketika hasilnya menunjukkan ketiadaan korelasi. Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 atau nilai Variance Inflation Factor (VIF) kurang dari 10, maka hasilnya menunjukkan absennya multikolinearitas. Berikut adalah hasil dari pengujian multikolinearitas:

Tabel 8. Multikolineritas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.655	1.136		2.338	.020		
	Orientasi Kewirausahaan	.257	.040	.276	6.385	.000	.656	1.524
	Orientasi Pasar	.105	.049	.116	2.167	.031	.430	2.324
	Kemampuan Inovasi	.288	.034	.438	8.543	.000	.466	2.145

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

Sumber: Data olahan SPSS

Berdasarkan data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan kemampuan inovasi memiliki nilai toleransi di bawah 1 dan nilai faktor inflasi varians (VIF) di bawah 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas dalam data.

Uji Heteroskeditas

Tabel 9. Glejser

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.201	.734		1.636	.103		
	Orientasi Kewirausahaan	-.030	.026	-.072	-1.172	.242	.656	1.524
	Orientasi Pasar	.046	.031	.112	1.461	.145	.430	2.324
	Kemampuan Inovasi	-.007	.022	-.025	-.338	.736	.466	2.145

a. Dependent Variable: abs_residual

Sumber: Data olahan SPSS

Untuk variabel orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan kemampuan inovasi, nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam data.

Uji Auto Korelasi

Tabel 10. Auto Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.717 ^a	.514	.511	1.78666	2.061

a. Predictors: (Constant), Kemampuan Inovasi, Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar

b. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

Sumber: Data olahan SPSS

Pengujian autokorelasi menggunakan metode Durbin-Watson dengan kriteria sesuai tabel DW pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Hasil memperoleh nilai DW 2.061 yang dinyatakan bahwa data diantara nilai 1 dan 3, maka data tidak terjadi auto korelasi.

Persamaan Regresi Berganda

Tabel 11. Persamaan Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.655	1.136		2.338	.020		
	Orientasi Kewirausahaan	.257	.040	.276	6.385	.000	.656	1.524
	Orientasi Pasar	.105	.049	.116	2.167	.031	.430	2.324
	Kemampuan Inovasi	.288	.034	.438	8.543	.000	.466	2.145

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

Sumber: Data olahan SPSS

Analisis regresi linier berganda merupakan uji yang digunakan untuk menganalisis pengaruh antara satu atau lebih variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, model yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = 2,655 + 0,257x_1 + 0,105x_2 + 0,288x_3$$

Uji Hipotesis

Uji T

Tabel 12. Uji T

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.655	1.136		2.338	.020		
	Orientasi Kewirausahaan	.257	.040	.276	6.385	.000	.656	1.524
	Orientasi Pasar	.105	.049	.116	2.167	.031	.430	2.324
	Kemampuan Inovasi	.288	.034	.438	8.543	.000	.466	2.145

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

Sumber : Data olahan SPSS

Uji statistik t dilakukan untuk menilai seberapa besar dampak variabel independen secara parsial terhadap variasi variabel dependen. Hasil regresi untuk variabel Orientasi Kewirausahaan menunjukkan koefisien sebesar 0,257, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Kemudian pada variabel orientasi pasar menunjukkan koefisien 0,105, dengan nilai signifikansi sebesar 0,031. Dan pada variabel kemampuan inovasi menunjukkan koefisien sebesar 0,288 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dari masing-masing hasil yang diperoleh bahwa setiap variabel memiliki nilai signifikansi dibawah 0,05 yang artinya semua hipotesis yang ada dapat diterima.

Uji F

Tabel 13. Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1339.504	3	446.501	139.875	.000 ^b
	Residual	1264.093	396	3.192		
	Total	2603.598	399			

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

Sumber: Data olahan SPSS

Uji f dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara Bersama-sama terhadap variabel dependen. Dari hasil tersebut bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan adalah

0.000. nilai tersebut dibawah dari nilai 0,05 yang artinya orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan kemampuan inovasi memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap kinerja bisnis.

Koefisien Determinasi

Tabel 14. Koefisien determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.717 ^a	.514	.511	1.78666	2.061

a. Predictors: (Constant), Kemampuan Inovasi, Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar

b. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

Sumber: Data olahan SPSS

Koefisien determinasi ini untuk menguji seberapa besar pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai Adjusted R Square adalah 0,514, yang menunjukkan bahwa 51,4% dari variasi dalam kinerja bisnis dijelaskan oleh variabel independen seperti Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Kemampuan Inovasi.

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Bisnis

Berdasarkan hasil analisis regresi, ditemukan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki signifikansi variabel sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wiklund yaitu *Knowledge-Based Resources, Entrepreneurial Orientation, and the Performance*. Pada penelitiannya menjelaskan bahwa orientasi kewirausahaan sangat dipengaruhi oleh faktor utama, maka akan menjadikan wirausahaan memiliki peluang agar mendapatkan keuntungan yang besar dan akan berpengaruh positif terhadap kinerja (Wiklund, 2003).

Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel orientasi pasar adalah $0,031 < 0,05$. Ini mengindikasikan bahwa orientasi pasar tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja bisnis, sehingga H2 diterima.

Hal tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh teleghani yang mendefinisikan bahwa orientasi pemasaran berpengaruh secara positif dengan kinerja bisnis. Dengan arti bahwa orientasi pasar sangat memberikan pengaruh yang besar terhadap pangsa pasar yang akan didapatkan oleh pelaku bisnis (Teleghani, 2013).

Pengaruh Kemampuan Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel kemampuan inovasi memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000, yang lebih rendah dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa kemampuan inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H3 diterima.

Hal tersebut diikuti oleh penelitian yang dilakukan oleh Jimenez-Jim yaitu *Innovation, Organizational Learning and performance*. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa sebuah inovasi dapat memberi dampak yang positif pada sebuah kinerja (Jimenez, 2011).

Kesimpulan

Penelitian ini menyajikan bukti empiris mengenai dampak orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan kemampuan inovasi terhadap kinerja bisnis. Penelitian ini melibatkan lebih dari 200 responden, yang merupakan pelaku UMKM di sekitar wilayah DKI Jakarta. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan kemampuan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Temuan ini juga memberikan pengetahuan kepada para pelaku UMKM bahwa orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan kemampuan inovasi sangat penting dalam menjalankan UMKM.

Referensi

- Harjadi. (2020). Analisis Pengaruh Inovasi dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran. Hatta. (2015). Market Orientation, Entrepreneurship Orientation, Marketing Capabilities, and Marketing Performance. *Journal of Management Applications*.
- Hilmi. (2010). Product and Process Innovativeness : Evidence From Malaysian SMEs. *European Journal of Social Science*.
- Huhtala. (2014). Market Orientation, Innovation Capability and Business Performance: Insights From the Global Financial Crisis. *Journal of Management*.
- Jimenez. (2011). Innovation, Organizational Learning and performance. *Journal Of Business Research*.
- Lee, C. a. (2008). Entrepreneurial Orientation, Entrepreneurial Education and Performance. *Asia Pasific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 124.
- Neira. (2010). Innovation and Performance in SME Furniture Industries, An International Comparative Case Study.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung.
- Teleghani. (2013). Market Orientation and Business Performance. *Singaporean Journal of Business Economic and Management*.
- Wiklund. (2003). Knowledge-Based Resources, Entrepreneurial Orientation, and the Performance. *Strategic Management Journal*.

-
- Wingwon. (2012). Effect of Effects of Entrepreneurship, Organization Capability, Strategic Decision Making and Innovation Toward The Competitive Advantage of SMEs Enterprises. *Journal of Management and Sustainability*.
- Zhang. (2010). The impact of different types of market orientation on product innovation .