

SKRIPSI

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI PEMBELAJARAN, DAN
ORIENTASI KEWIRAUSHAAN TERHADAP KINERJA USAHA
DENGAN INTENSITAS PERSAINGAN SEBAGAI VARIABEL
MODERASI PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
BIDANG KULINER DI KOTA JAKARTA**



DISUSUN OLEH:

Danovan Putra Albino (115210033)

Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi

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

2024

SKRIPSI

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI PEMBELAJARAN, DAN
ORIENTASI KEWIRAUSHAAN TERHADAP KINERJA USAHA
DENGAN INTENSITAS PERSAINGAN SEBAGAI VARIABEL
MODERASI PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
BIDANG KULINER DI KOTA JAKARTA**



DISUSUN OLEH:

Danovan Putra Albino (115210033)

Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2024**

SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Danovan Putra Albino
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210033
Program Studi : Manajemen
Alamat : Jl. Batang Hari 6 No. 88 Kota Bengkulu
Telp. - _____
HP. 082377302323

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, 16 November 2024



Danovan Putra Albino

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : DANOVAN PUTRA ALBINO
NIM : 115210033
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI PASAR,
ORIENTASI PEMBELAJARAN, DAN
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP
KINERJA USAHA DENGAN INTENSITAS
PERSAINGAN SEBAGAI VARIABEL
MODERASI PADA USAHA MIKRO KECIL
DAN MENENGAH (UMKM) BIDANG
KULINER DI KOTA JAKARTA

Jakarta, 27 November 2024

Pembimbing,



(Dr. Ida Puspitowati, S.E.,
M.E.)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : DANOVAN PUTRA ALBINO
NIM : 115210033
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI PASAR,
ORIENTASI PEMBELAJARAN, DAN
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP KINERJA USAHA DENGAN
INTENSITAS PERSAINGAN SEBAGAI
VARIABEL MODERASI PADA USAHA
MIKRO KECIL DAN MENENGAH
(UMKM) BIDANG KULINER DI KOTA
JAKARTA

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

1. Ketua Penguji : Dr. Drs. I Gede Adiputra, M.M.
2. Anggota Penguji : Dr. Ida Puspitowati, S.E., M.E.
: Sanny Ekawaty, S.E., M.M.

Jakarta, 11 Desember 2024

Pembimbing,



(Dr. Ida Puspitowati, S.E., M.E.)

Halaman Motto

“The only way to achieve the impossible is to believe it is possible”

– Charles Kingsleigh –

Halaman Persembahan

Skripsi ini saya persembahkan kepada :
Kedua Orang Tua, Keluarga, Kerabat
dan Teman-teman yang selalu mendukung dan
mendoakan yang terbaik

ABSTRACT

The purpose of this research is to empirically test and analyze the influence of strategic orientations, namely market orientation, learning orientation, and entrepreneurial orientation on business performance, using competitive intensity as a moderating variable to strengthen the impact of these strategic orientations on business performance. The population in this study consists of culinary MSMEs located in Jakarta. The sample in this study consisted of 103 respondents, obtained using purposive sampling technique. The data source was obtained from questionnaires distributed to respondents using Google Forms. The data processing and analysis techniques used the Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) software with the SmartPLS 4.0 program. The research findings reveal that there is a significant positive influence between market orientation, learning orientation, and entrepreneurial orientation on the performance of MSMEs in the culinary sector in Jakarta. Additionally, the role of competitive intensity as a moderating variable is able to strengthen the significant positive influence of strategic orientation on the performance of culinary MSMEs in Jakarta.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh orientasi strategis yaitu orientasi pasar, orientasi pembelajaran, dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha, dengan menggunakan intensitas persaingan sebagai variabel moderasi dalam memperkuat pengaruh orientasi strategis tersebut terhadap kinerja usaha. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM bidang kuliner yang berlokasi di Jakarta. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 103 responden, yang diperoleh menggunakan teknik *purposive sampling*. Sumber data diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada responden dengan menggunakan *google form*. Teknik pengolahan dan analisis data menggunakan *software* Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) menggunakan program SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menemukan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara orientasi pasar, orientasi pembelajaran, dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kota Jakarta. Selain itu, peran intensitas persaingan sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh positif signifikan orientasi strategis terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Jakarta.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga kita diberikan kesehatan dan hanya karena ridho Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dan penelitian ini guna untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara di Jakarta.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dari hasil dalam penelitian dan penyusunan ini. Oleh sebab itu, penulis meminta maaf apabila ada kesalahan tulisan yang telah penulis buat dalam skripsi ini. Maka dari itu, saran dan kritik dari semua pihak selalu diharapkan.

Saya juga ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberi dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, kepada yang terhormat :

1. Ibu, Ida Puspitowati, S.E., M.E. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan tenaga, waktu dan pikiran serta masukan untuk memberikan arahan, bimbingan, pengetahuan, serta motivasi yang mendukung penulis selama penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmojo, 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 S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Seluruh dosen dan staf yang telah mendidik dan memberikan banyak ilmu pengetahuan kepada saya selama menempuh ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Kepada Papa, Mama, Cece Sania, Dedek Julia dan Sena Tercinta yang selalu memberikan segala bentuk dukungan, mendoakan, dan memberikan semangat kepada saya selama perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
6. Aurelia Denise sebagai partner yang memberikan dukungan, kasih, dan meluangkan waktu untuk membantu dalam penyusunan skripsi ini.
7. Cornelius, Adrian, Thio, Wilsen, Jojo, Richie, dan Teman satu bimbingan yang mendukung dan membantu penulis selama perkuliahan.

8. Teman-teman dan kerabat yang mendukung penulis selama di kantor dan selama masa perkuliahan.
9. Keluarga besar Ikatan Mahasiswa Manajemen Tarumanagara (IMMANTA) angkatan 2019-2024 yang menjadi tempat pengembangan diri serta telah memberikan momen dan pengalaman yang tak terlupakan selama masa perkuliahansaya di Universitas Tarumanagara.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi setiap pembaca.

Jakarta, Desember 2024

Penulis,

Danovan Putra Albino

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Permasalahan.....	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah	8
3. Batasan Masalah	8
4. Rumusan Masalah	9
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian.....	9
2. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Gambaran Umum Teori	11
1. <i>Resource-Based View (RBV) Theory</i>	11
B. Definisi Konseptual Variabel	15
1. Kinerja Usaha.....	15
2. Orientasi Pasar	17
3. Orientasi Pembelajaran	18
4. Orientasi Kewirausahaan	20

5. Intensitas Persaingan	21
C. Penelitian Terdahulu	22
D. Kaitan Antara Variabel	27
1. Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM	27
2. Pengaruh Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja UMKM	28
3. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM	29
4. Intensitas Persaingan Memperkuat Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM	30
5. Intensitas Persaingan Memperkuat Pengaruh Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja UMKM	31
6. Intensitas Persaingan Memperkuat Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM	33
E. Kerangka Pemikiran	34

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian	37
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel	39
1. Populasi	39
2. Teknik Pemilihan Sampel	40
3. Ukuran Sampel	40
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	42
D. Analisis Validitas dan Reliabilitas	48
1. Uji validitas	49
2. Uji Reliabilitas	54
E. Analisis Data	56
1. Analisis Statistik Deskriptif	57
2. Model <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	57
2.1. Analisis Model Struktural (Inner Model Analysis)	58

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Subjek Penelitian	62
--------------------------------------	----

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	64
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Tempat Usaha UMKM.....	64
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	65
6. Karakteristik Responden Berdasarkan <i>E-Commerce</i> yang Digunakan.....	66
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pelatihan yang Pernah Diikuti Pemilik Usaha.....	67
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pelatihan yang Pernah Diikuti Karyawan.....	67
9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan.....	68
10. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berdirinya Usaha	69
B. Deskripsi Objek Penelitian	69
1. Orientasi Pasar	70
2. Orientasi Pembelajaran	71
3. Orientasi Kewirausahaan	72
4. Intensitas Persaingan.....	73
5. Kinerja UMKM.....	74
C. Hasil Uji Analisis Data	75
1. Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi (R^2)	76
2. Hasil Analisis Uji Relevansi Prediktif (Q^2)	76
3. Hasil Analisis Uji <i>Effect Size</i> (F^2).....	77
4. Hasil Analisis Uji <i>Path Coefficient</i>	77
5. Hasil Analisis Uji <i>Goodness of Fit Model</i> (GOF)	79
D. Hasil Uji Hipotesis	80
1. Uji Hipotesis Pertama	80
2. Uji Hipotesis Kedua.....	80
3. Uji Hipotesis Ketiga.....	80

4. Uji Hipotesis Keempat.....	81
5. Uji Hipotesis Kelima	82
6. Uji Hipotesis Keenam.....	82
E. Pembahasan	83
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	90
B. Keterbatasan dan Saran	90
1. Keterbatasan.....	90
2. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN	102
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	145

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert	44
Tabel 3.2 Operasional Variabel Orientasi Pasar	45
Tabel 3.3 Operasional Variabel Orientasi Pembelajaran	45
Tabel 3.4 Operasional Variabel Orientasi Kewirausahaan	46
Tabel 3.5 Operasional Variabel Intensitas Persaingan	47
Tabel 3.6 Operasional Variabel Kinerja Usaha	48
Tabel 3.7 Hasil <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	50
Tabel 3.8 Hasil <i>Outer Loading</i>	50
Tabel 3.9 Hasil <i>Cross Loading</i>	52
Tabel 3.10 Hasil Analisis Uji <i>Cronbach's Alpha</i>	55
Tabel 3.11 Hasil Analisis Uji <i>Composite Reliability</i>	55
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	64
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Tempat UMKM	65
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	66
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>E-Commerce</i> yang Digunakan	66
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pelatihan yang Diikuti Pemilik Usaha	67
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pelatihan yang Diikuti Karyawan	68
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	68
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Lama Berdirinya Usaha	69
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Orientasi Pasar	70
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Orientasi Pembelajaran	71
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Orientasi Kewirausahaan	72
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Intensitas Persaingan	73

Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Kinerja UMKM.....	75
Tabel 4.16 Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	76
Tabel 4.17 Hasil Analisis Uji Relevansi Prediktif (Q^2).....	76
Tabel 4.18 Hasil Analisis Uji <i>Effect Size</i> (F^2).....	77
Tabel 4.19 Hasil Analisis Uji <i>Path Coefficient</i>	78
Tabel 4.20 Hasil Analisis Uji <i>Goodness of Fit Model</i> (GOF)	79
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis Pertama.....	80
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis Kedua	80
Tabel 4.23 Hasil Uji Hipotesis Ketiga	81
Tabel 4.24 Hasil Uji Hipotesis Keempat	81
Tabel 4.25 Hasil Uji Hipotesis Kelima	82
Tabel 4.26 Hasil Uji Hipotesis Keenam	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	36
Gambar 3.1 Hasil <i>Outer Loading</i>	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Google Form Pemilik Usaha UMKM	102
Lampiran 2 Hasil Output Data.....	116

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah memberikan dampak yang positif terhadap perekonomian di Indonesia. Hal ini karena UMKM mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, berperan dalam penyerapan tenaga kerja secara nasional, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan pemerataan pendapatan masyarakat, serta terbukti mampu bertahan terhadap berbagai krisis ekonomi (Sudirman et al., 2021).

Pemerintah telah menetapkan Undang-Undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 mengenai UMKM sebagai landasan hukum untuk memperkuat dukungan terhadap sektor UMKM, baik dari pemerintah pusat ataupun pemerintah daerah. Ketetapan ini bertujuan untuk memfasilitasi pengembangan usaha yang berbasis potensi daerah sekaligus berorientasi pasar, dengan harapan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif, berkeadilan, dan berkelanjutan. UMKM memiliki posisi strategis dalam perekonomian Indonesia, terbukti dari data yang dipublikasikan Kementerian Koperasi dan UMKM di tahun 2023, yang mencatat adanya 65,5 juta unit usaha UMKM di Indonesia. Angka ini meningkat sebesar 1,7% dibandingkan tahun sebelumnya, menunjukkan dinamika yang positif meskipun tantangan ekonomi global masih berlangsung. Dari jumlah tersebut, usaha mikro mendominasi dengan persentase 97%, diikuti usaha kecil sebanyak 2%, dan usaha menengah sebesar 1% (*Lpse.Kemenkopukm.Go.Id Di Akses Pada 10 September 2024*).

Kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional sangat signifikan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), sektor

UMKM menyumbangkan hingga 61% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, dengan nilai mencapai Rp9.580 triliun pada tahun 2023. Kontribusi ini menunjukkan peningkatan sebesar 2,3% dibandingkan tahun sebelumnya, mengindikasikan kemampuan UMKM untuk terus berkembang dan beradaptasi dalam menghadapi berbagai tantangan. Selain itu, peran UMKM dalam menyerap tenaga kerja juga tidak kalah penting. Data menunjukkan bahwa 97% dari total tenaga kerja di Indonesia ada pada sektor ini, menjadikannya tulang punggung dalam menciptakan lapangan kerja dan mendukung stabilitas sosial ekonomi (*Lpse.Kemenkopukm.Go.Id Di Akses Pada 10 September 2024*).

Keberhasilan UMKM dalam berkontribusi terhadap perekonomian Indonesia tidak terlepas dari dukungan kebijakan yang terintegrasi, seperti program fasilitasi akses pembiayaan, pelatihan kewirausahaan, penguatan digitalisasi, dan pembukaan pasar yang lebih luas, baik ditingkatan lokal ataupun internasional. Pemerintah juga terus mendorong penguatan kolaborasi antara pelaku UMKM dengan berbagai pihak, termasuk swasta, lembaga keuangan, dan komunitas lokal, guna menciptakan ekosistem yang mendukung keberlanjutan usaha. UMKM tidak hanya menjadi sektor yang memberikan kontribusi ekonomi, tetapi juga berperan sebagai pilar penting dalam mendukung pemberdayaan masyarakat, pengurangan kemiskinan, dan penguatan daya saing bangsa di kancah global. Hal ini semakin menegaskan bahwa UMKM adalah pondasi ekonomi Indonesia yang harus terus dikembangkan agar dapat menghadapi tantangan di masa depan secara lebih optimal.

Kinerja ialah capaian kerja yang memiliki korelasi kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan pelanggan, serta memberi kontribusi kepada ekonomi (Triastuti et al., 2022). Organisasi perlu menetapkan tujuan strategis untuk menghadapi intensitas persaingan pasar, sehingga memiliki keunggulan kompetitif atas produk atau

layanan yang dihasilkan dibandingkan dengan pesaingnya. Dengan produk atau layanan yang unggul, maka kepuasan pelanggan akan meningkat, sehingga pelanggan akan melakukan pembelian kembali ke depannya. Organisasi yang mampu mempertahankan pelanggannya, maka keberlanjutan usaha akan terjaga, yang tentunya berdampak positif dipenyerapan tenaga kerja serta berkontribusi pada PDB.

Peningkatan kinerja usaha menjadi faktor kunci bagi keberhasilan dan keberlanjutan UMKM dalam menghadapi tantangan persaingan yang semakin ketat. (Mulyono et al., 2021) menyatakan bahwa dengan meningkatkan kinerja usaha, maka UMKM dapat memperkuat kemampuan bersaing di pasar. Kinerja usaha tidak hanya dilihat dari pencapaian keuntungan semata, tetapi juga dari perspektif penciptaan nilai bagi pelanggan. Seperti yang diungkapkan oleh Garg et al., (2020) bahwa penciptaan nilai berorientasikan pada proses yang bertujuan memperluas nilai keunggulan kompetitif usaha dengan optimal, sehingga UMKM mampu menarik dan mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang.

Di tengah ketidakpastian ekonomi yang muncul akibat pandemi Covid-19 dan dinamika pasar global, pelaku UMKM dituntut untuk lebih adaptif dan inovatif dalam mengelola kinerja usaha mereka. Fokus pada peningkatan kinerja usaha menjadi strategi penting untuk mengatasi tekanan persaingan sekaligus memanfaatkan peluang yang ada. Hal ini sejalan dengan pandangan Lorensa & Hidayah (2022) yang menegaskan bahwa komitmen terhadap peningkatan kinerja usaha dapat menjadi pendorong utama keberhasilan dan keberlanjutan usaha. UMKM dapat mengembangkan strategi berbasis inovasi, efisiensi operasional, dan pengelolaan sumber daya yang lebih baik. Proses ini tidak hanya membantu mereka bertahan dari dampak pandemi, tetapi juga membuka peluang untuk tumbuh lebih kompetitif di masa depan. Fokus yang konsisten terhadap peningkatan kinerja usaha tidak hanya berdampak pada keberhasilan usaha jangka pendek, tetapi juga

memperkuat posisi UMKM sebagai elemen penting dalam perekonomian nasional.

Kinerja usaha dalam penelitian terdahulu, dipengaruhi beragam faktor di antaranya inovasi produk, penggunaan media sosial, strategi bisnis, jaringan, dan teknologi (Nursal & Siradjuddin, 2023; Lorensa & Hidayah, 2022; Hartato et al., 2021). Pada penelitian ini, variabel independen ditentukan berdasarkan faktor-faktor orientasi strategis yang mempengaruhi kinerja usaha, adapun orientasi strategis tersebut terdiri atas 3 (tiga) variabel yakni orientasi pasar, orientasi pembelajaran, serta orientasi kewirausahaan (Gajere et al., 2023). UMKM yang menerapkan orientasi pasar mempunyai partisipasi pemasaran bisnis yang berkorelasi dengan perspektif penjualan ke perspektif pelanggan, serta berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggannya (Sampaio et al., 2019). Selain itu, pelaku UMKM juga dapat mengevaluasi kinerja internal maupun eksternal usaha dengan menetapkan pencapaian pasar produknya. Secara eksternal, kinerja usaha dapat ditingkatkan dengan pendekatan yang berorientasikan pasar (Giantari & Jatra, 2019).

Orientasi pasar merupakan elemen fundamental yang mendorong inovasi dan memberikan keunggulan kompetitif berkelanjutan bagi UMKM. Sebagaimana dijelaskan oleh Sondra et al., (2021), orientasi pasar memungkinkan pelaku usaha untuk mengidentifikasi peluang, mengolahnya menjadi ide-ide yang dapat dipasarkan, dan pada akhirnya menciptakan inovasi yang mendukung keunggulan bersaing. Orientasi pasar menjadi kunci keberlangsungan usaha karena sifatnya yang unik, langka, tidak dapat ditiru sempurna, serta tidak terganti (Fernandes et al., 2020). Hal ini menjadikannya aset strategis yang mampu melindungi posisi UMKM dalam persaingan pasar yang semakin ketat.

Pengelolaan orientasi pasar secara optimal sangat penting untuk memastikan bahwa produk serta layanan yang ditawarkan selaras dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Giantari & Jatra (2019) menyatakan bahwa pendekatan ini tidak hanya memberikan kepuasan kepada

pelanggan, tetapi juga membangun loyalitas yang berdampak positif pada keberlanjutan usaha. Orientasi pasar yang kuat terbukti memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kinerja usaha dan keuangan, sebagaimana diungkapkan oleh Heryadi & Dewi (2023). UMKM yang mengutamakan orientasi pasar, cenderung lebih responsif terhadap perubahan kebutuhan pelanggan serta dinamika pasar, sehingga mampu memanfaatkan peluang dengan lebih efektif. Orientasi pasar bukan hanya strategi jangka pendek, namun menjadi investasi jangka panjang bagi UMKM. Melalui pendekatan ini, pelaku UMKM tidak hanya fokus dalam meningkatkan kinerja keuangan, tetapi juga memperkuat daya saing dan relevansi mereka dalam ekosistem bisnis yang terus berkembang. Hal ini menjadikan orientasi pasar sebagai landasan penting bagi UMKM dalam membangun keberlanjutan usaha, inovasi, dan pertumbuhan ekonomi.

Para pelaku UMKM perlu menerapkan orientasi pembelajaran untuk mengantisipasi kesalahan dalam penilaian dan menuntaskan ketidakbahagiaan pelanggan (Rafiki et al., 2021). Orientasi pembelajaran merupakan sebuah prosesnya dinamis yang berasal dari akumulatif pengetahuan ataupun capaian yang dibuat antara keterampilan, kemampuan, serta kompetensi yang saling berhubungan, serta dibagikan oleh karyawan dalam suatu organisasi (Sowang & Hidayah, 2023). Melalui orientasi pembelajaran, pelaku UMKM dapat menggali ilmu baru berkaitan dengan strategi belajar yang butuh dipelajari, supaya dapat mengikuti perkembangan teknologi dan mampu menghadapi intensitas persaingan usaha, melalui peningkatan kemampuan pemasaran (Damarjati & Sutianingsih, 2023).

Orientasi kewirausahaan mengarah pada proses, pelatihan, serta pengambilan keputusan yang mendorong ke arah penciptaan usaha baru (Lumpkin & Dess, 1996 dalam Hamel & Wijaya, 2020). Orientasi kewirausahaan dapat memberikan pengetahuan kepada pelaku UMKM mengenai jenis pengembangan apa yang dibutuhkan guna meningkatkan keterampilan dan atribut kewirausahaan guna mempertahankan kinerja

usaha. Harapannya para pelaku UMKM mendapatkan manfaat dari usaha dalam meningkatkan orientasi kewirausahaan, supaya mampu bertahan di lingkungan usaha yang dinamis, cepat, serta kompleks yang dicirikan oleh siklus kehidupan yang lebih pendek, globalisasi, serta peningkatan berkelanjutan pada teknologi (Mahmood & Hanafi, 2013 dalam Ludiya & Kurniawan, 2020).

Berdasarkan penjabaran di atas, penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang dilaksanakan Gajere et al., (2023); Heryadi & Dewi (2023); Anggraini et al., (2022); Galib et al., (2022); Lorensa & Hidayah (2022); Hartato et al., (2021); Sondra, Tasya & Widjaja, Oey (2021); Sudirman et al., (2021); Hamel & Wijaya (2020) yang menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh signifikan pada kinerja usaha. Namun, bertolak belakang dengan penelitian (Ratnasari, E. dan Solikhah, 2019) yang menemukan bahwa orientasi pasar tidak mempunyai dampak yang signifikan terhadap kinerja usaha. Semakin tinggi derajat orientasi pasar maka kinerja usaha semakin baik, sedangkan apabila semakin rendah derajat orientasi pasarnya maka kinerja makin rendah (Wasim et al., 2022).

Selanjutnya, penelitian (Damarjati & Sutianingsih, 2023); (Sowang & Hidayah, 2023); (Riyoko, 2022); (Alfendi, 2020) menjabarkan orientasi pembelajaran mempunyai pengaruh signifikan pada kinerja usaha. Bertolak belakang dengan penelitian (Gajere et al., 2023); (Anggraini et al., 2022); (Suyatmi & Pahlevi, 2021) yang menunjukkan orientasi pembelajaran tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Kemudian penelitian yang dilaksanakan (Puwardi & Soelaiman, 2023); (Sowang & Hidayah, 2023); (Riyoko, 2022); (Sondra et al., 2021); (Suyatmi & Pahlevi, 2021); (Bhatti et al., 2020); (Hendrawan & Wijaya, 2020); (Khan & Bashir, 2020); (Ludiya & Kurniawan, 2020); (Putri & Ie, 2020) menjabarkan orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Akan tetapi terdapat perbedaan hasil pada penelitian (Gajere et al., 2023); (Liekyhung & Soelaiman, 2022);

(Setiawan & Soelaiman, 2021) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha.

Intensitas persaingan usaha merupakan variabel yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja usaha (Walumweya & Phiri, 2022). Intensitas persaingan usaha timbul akibat persaingan yang semakin ketat sebagai akibat dari tingginya jumlah pesaing dalam industri tersebut. Menurut Zhang, Wang & Song (2020), intensitas persaingan merupakan perang promosi, penawaran produk serupa, dan tingkat persaingan harga yang tinggi. Maka dapat dikatakan bahwa intensitas persaingan memiliki kapasitas untuk memoderasi efek positif orientasi strategis terhadap kinerja usaha (Amadasun & Mutezo, 2022; Nwachukwu & Vu, 2022).

Fenomena pertumbuhan UMKM bidang kuliner di Jakarta yang semakin pesat dan dinamis, telah menarik perhatian peneliti untuk mengetahui lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMKM. Sebagai pusat perekonomian dan inovasi, Jakarta mengalami lonjakan jumlah UMKM bidang kuliner dengan produk yang semakin beragam dan kreatif. Namun, pertumbuhan ini juga diiringi dengan persaingan yang semakin ketat, baik dalam hal kualitas produk, strategi pemasaran, maupun inovasi layanan. Peneliti juga tertarik untuk mengetahui bagaimana intensitas persaingan memoderasi hubungan antara orientasi strategis tersebut dan kinerja UMKM, mengingat tingkat kompetisi yang tinggi dapat menjadi peluang sekaligus tantangan bagi keberlanjutan usaha. Berdasarkan penjabaran latar belakang, skripsi ini berjudul “Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran, dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Dengan Intensitas Persaingan Sebagai Variabel Moderasi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Bidang Kuliner di Kota Jakarta”.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan, maka peneliti mengidentifikasi permasalahan yakni:

- a. Tingginya angka pertumbuhan jumlah UMKM bidang kuliner di Kota Jakarta;
- b. Peningkatan tingkat intensitas persaingan bisnis UMKM bidang kuliner di Kota Jakarta;
- c. Kebijakan dan program yang mendukung peningkatan kinerja UMKM bidang kuliner di Kota Jakarta;
- d. Peran orientasi pasar terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kota Jakarta;
- e. Peran orientasi pembelajaran pada kinerja UMKM bidang kuliner di Kota Jakarta;
- f. Peran orientasi kewirausahaan pada kinerja UMKM bidang kuliner di Kota Jakarta;
- g. Peran intensitas persaingan dalam memperkuat pengaruh orientasi pasar pada kinerja UMKM bidang kuliner di Kota Jakarta;
- h. Peran intensitas persaingan dalam memperkuat pengaruh orientasi pembelajaran pada kinerja usaha UMKM bidang kuliner di Kota Jakarta;
- i. Peran intensitas persaingan dalam memperkuat pengaruh orientasi kewirausahaan pada kinerja usaha UMKM bidang kuliner di Kota Jakarta.

3. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang sudah ditetapkan, maka penelitian ini perlu melakukan pembatasan permasalahan di antaranya sebagai berikut:

- a. Variabel yang dipergunakan dalam penelitian ini yakni orientasi pasar, orientasi pembelajaran, orientasi kewirausahaan, intensitas persaingan, serta kinerja usaha di UMKM bidang kuliner di Kota Jakarta;
- b. Populasi yang menjadi subjek penelitian ini merupakan UMKM bidang kuliner di Jakarta dan jumlah sampel yang akan dipergunakan sejumlah 113 UMKM.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, serta batasan masalah yang diciptakan, maka rumusan masalah yakni:

- a. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kota Jakarta?
- b. Apakah orientasi pembelajaran berpengaruh terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kota Jakarta?
- c. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kota Jakarta?
- d. Apakah intensitas persaingan mampu memperkuat pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kota Jakarta?
- e. Apakah intensitas persaingan mampu memperkuat pengaruh orientasi pembelajaran terhadap kinerja usaha UMKM bidang kuliner di Kota Jakarta?
- f. Apakah intensitas persaingan mampu memperkuat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM bidang kuliner di Kota Jakarta?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan melaksanakan penelitian ini adalah:

- a. Untuk menguji secara empiris pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kota Jakarta;
- b. Untuk menguji secara empiris pengaruh orientasi pembelajaran terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kota Jakarta;
- c. Untuk menguji secara empiris pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kota Jakarta;
- d. Untuk menguji secara empiris intensitas persaingan dalam memperkuat pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kota Jakarta;

- e. Untuk menguji secara empiris intensitas persaingan dalam memperkuat pengaruh orientasi pembelajaran terhadap kinerja usaha UMKM bidang kuliner di Kota Jakarta;
- f. Untuk menguji secara empiris intensitas persaingan dalam memperkuat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM bidang kuliner di Kota Jakarta.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat menjadi suatu riset bagi pelaku UMKM, serta pelanggan untuk dijadikan panduan dalam mengetahui pengaruh dari orientasi strategis terhadap kinerja UMKM seiring dengan intensitas persaingan usaha yang semakin ketat. Selain itu hasil dari penelitian ini dapat menjadi sumber informasi serta referensi, serta pertimbangan bagi peneliti selanjutnya yang terdapat kaitannya dengan judul penelitian ini.

b. Manfaat Praktis

Manfaat penelitian secara praktis diharapkan dapat menjadi suatu rekomendasi bagi pemerintah dan pelaku UMKM untuk dapat mengevaluasi faktor-faktor yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kinerja usaha guna menghadapi intensitas persaingan yang semakin ketat. Hal ini agar pemerintah dapat memfasilitasi pengembangan UMKM, sehingga mencapai keunggulan kompetitifnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, N., & Afza, T. (2019). Capital structure, competitive intensity and firm performance: evidence from Pakistan. Emerald Group Publishing Limited. *Journal of Advances in Management Research*, 16(5), 796–813.
- Albahussin, Lanang, I. P. E. S., Kirya, I. K., & Cipta, I. W. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Bangli. *E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*, 2(1), 17–28.
- Alfendi. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran, dan Kemampuan Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan Studi Kasus Pada UKM Bakpia di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 2(3), 67–88.
- Amadasun, D. O. E., & Mutezo, A. T. (2022). Effect of market-driven strategies on the competitive growth of SMEs in Lesotho. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(21), 1–20.
- Anggraini, N. P. N., Rustiarini, N. W., & Satwam, I. K. S. B. (2022). OPTIMALISASI PEMASARAN DIGITAL BERBASIS MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 6(6). <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i6.11216>
- Bahri, S. (2018). *Metode Penelitian Bisnis - Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Andi Yogyakarta.
- Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17.
- Becherer, R. C., Jones, M. A., Taylor, V. A., & Halstead, D. (2003). The Impact of Instruction Understanding on Satisfaction and Switching Intentions. *The Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction & Complaining Behavior*.
- Bhatti, Anam, Akram, H., & Basit, H. M. (2020). E-commerce trends during Covid-19 Pandemic. *International Journal of Future Generation Communication and Networking*, 13(2).
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2020). *Research Methods for Business: A Skill-*

building Approach.

- Christine, D., Wijaya, J., Chandra, K., Pratiwi, M., Lubis, M. S., dan Nasution, I. A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Total Arus Kas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Financial Distress pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 340–.
- Ciampi, F., Demi, S., Magrini, A., Marzi, G., & Papa, A. (2020). Exploring The Impact Of Big Data Analytics Capabilities On Business Model Innovation: The Mediating Role of Entrepreneurial Orientation. *Journal of Business Research*, 1–15.
- Cravens, D. W. (1994). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Damarjati, M. N., & Sutianingsih. (2023). *Peran Strategi Bisnis Memediasi Orientasi Pembelajaran, Kemampuan Manajemen dan Dampak Work From Home Pada Kinerja Perusahaan* (Vol. 8, Issue 1). <http://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/probank>
- Fadilah, Rahman, I. S., & Anwar, M. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, dan Financial Teknologi terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(3).
- Fernandes, C. I. M. A. S., Ferreira, J. J. M., Lobo, C. A., & Raposo, M. (2020). The Impact of Market Orientation on The Internationalisation of SMEs. *Review of International Business and Strategy*, 30(1), 123– 143. <https://doi.org/10.1108/RIBS-09-2019-0120>.
- Gajere, Feranita, Viana, N., & Setiawan, H. A. (2023). *Peran Keunggulan Bersaing dalam Memediasi Dampak Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM*.
- Garg, P., Gupta, B., Dzever, S., Sivarajah, U., & Kumar, V. (2020). Examining the Relationship between Social Media Analytics Practices and Business Performance in the Indian Retail and IT Industries: The Mediation Role of Customer Engagement. *International Journal of Information Management*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS*.

- Edisi Sembilan*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & A, C. (2018). *Teori Akuntansi*. UNDIP.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Universitas Diponegoro.
- Giantari, G. A. K., & Jatra, M. (2019). The Role of Differentiation Strategy and Innovation in Mediating Market Orientation and the Business Performance. *Journal of Business Management and Economic Research*, 3(6), 39–60. <https://doi.org/10.29226/TR1001.2019.1>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., M. Pick, B. D., Liengaard, L. R., & Ringle., C. M. (2022). *Progress in partial least squares structural equation modeling use in marketing research in the last decade. Psychology & Marketing*.
- Hamel, C., & Wijaya, A. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha UKM Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*.
- Hartato, Fidelia, & Handoyo, S. E. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Bisnis Kuliner. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 980–988.
- Hasibuan, L. S., Handayani, S., & Bismala, L. (2022). Analisis Perbedaan Tingkat Literasi Keuangan Pelaku UKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 19(1), 86-.
- Hendrawan, A., & Wijaya, A. (2020). Pengaruh Dimensi Orientasi Kewirausahaan dan Jaringan Usaha terhadap Kinerja Usaha UKM di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 577. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9569>
- Heryadi, & Dewi, R. U. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Dan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Bisnis Melalui Keunggulan Kompetitif Pada Pedagang Pakaian Di Pasar Kliwon Kabupaten Kudus. *Jurnal Studi Manajemen Bisnis (JSMB)*, 2(2), 54–75.
- Ikhwan, M., Anditya, F., Aditama, B., & Hidayat, T. (2022). Strategi Bisnis dan Kinerja Manajerial UKM di Cikarang: Peran Komitmen Organisasi sebagai Pemediasi. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 2(3), 15–30.

<https://doi.org/10.37366/ekomabis.v2i01.146>

- Indarty, D., & Susanti, D. (2021). Analisa Porter Five Force Dalam Upaya Meningkatkan Strategi Bersaing. *Jurnal Revolusi Indonesia*, 1(6), 505–517.
- Khan, I., & Bashir, T. (2020). Market orientation, social entrepreneurial orientation, and organizational performance: The mediating role of learning orientation. *Iranian Journal of Management Studies*, 13(4), 673–703. <https://doi.org/10.22059/IJMS.2020.289467.673800>
- Kura, K. M., Abubakar, R. A., & Salleh, N. M. (2020). Entrepreneurial Orientation, Total Quality Management, Competitive Intensity, and Performance of SMEs: A Resource-Based Approach. *Journal of Environmental Treatment Techniques*, 8(1), 61–72.
- Liekyhung, & Soelaiman, L. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha UMKM DKI Jakarta yang Dimediasi oleh Kompetensi Kewirausahaan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(3).
- Lionora, C. A., & Kusumawardhani, A. (2021). Determinan keunggulan bersaing. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 10(2). <https://doi.org/10.24036/jkmb.11239200%0A>
- Lorensa, E., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar Dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Fashion. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(3), 738–748. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i3.19768>
- Ipse.kemenkopukm.go.id di akses pada 10 September 2024.* (n.d.).
- Ludiya, E., & Kurniawan, A. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada UMKM Bidang Fashion di Kota Cimahi. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 142–154.
- Lukito, F., & Cahyono, P. (2020). *Pemodelan Persamaan Structural dengan Partial Least Square*.
- Lytras, M. D., Serban, A. C., Alkhaldi, A., Malik, S., & Aldosemani, T. (2024). *Digital Transformation in Higher Education, Part A (Emerald Studies in Active and Transformative Learning in Higher Education)*, Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-83549-480-620241009>
- Miller. (2019). *Pendekatan Melalui Resource-Base View (RBV) Dalam*

Manajemen Strategic.

- Mulyono, A., Jawad, A. A., & Purwanto, Y. (2021). Pengabdian Kepada Masyarakat Pembinaan Strategis Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Menghadapi Persaingan Global. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 2(2), 10–20.
- Nursal rahma, S., & Siradjuddin, S. (2023). Inovasi Hijau sebagai Strategi Pengembangan Usaha Kecil Mikro Syariah. *NUKHBATUL 'ULUM: Jurnal Bidang Kajian Islam*, 8(1), 30–48.
- Nwachukwu, C., & Vu, H. M. (2022). *Service innovation, marketing innovation and customer satisfaction: Moderating role of competitive intensity*.
- Octavia, A., & Sriayudha, Y. (2020). *Strategi Orientasi Pasar: Konsep Dan Implementasinya Bagi Usaha Kecil Dan Menengah*.
- Putri, Y. D., & Le, M. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Lingkungan dan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha UMKM di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4), 1106–1114.
- Puwardi, S. F., & Soelaiman, L. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kepemimpinan Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha UMKM Kuliner di Taman Palem Lestari. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 466–480. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23417>
- Rafiki, A., Putra, N. M., Rossanty, Y., & Sari, P. B. (2021). Organizational learning of entrepreneurship orientation and personal values on the growth of Indonesian SMEs. *Jurnal Manajemen Kebijakan Sains*. <http://dx.doi.org/10.1108/JSTPM-032020-0059>
- Ratnasari, E. dan Solikhah, B. (2019). Analysis of Fraudulent Financial Statement: The Fraud Pentagon Theory Approach Analisis Kecurangan Laporan Keuangan: Pendekatan Fraud Pentagon Theory. *Gorontalo Accounting Journal*, 2(2), 98–112.
- Riyoko, S. (2022). Peran Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pembelajaran dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis UKM Jawa Tengah. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 6(2).
- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental Research Statistics for the Behavioral Sciences*

- [by] John T. Roscoe. Holt, Rinehart and Winston, New York.
- S, N., Abubakar, H., Galib, M., Basri, M., & Supriadi, T. (2023). STRATEGI KEMANDIRIAN USAHA MIKRO PEDESAAN MELALUI PEMBERDAYAAN SUMBER DAYA LOKAL. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i4.18526>
- Sampaio, C. A. F., Hernández-Mogollón, J. M., & Rodrigues, R. G. (2019). Assessing The Relationship Between Market Orientation And Business Performance In The Hotel Industry. *The Mediating Role Of Service Quality. Journal of Knowledge Management*, 23(4), 644–663.
- Santoso, A., Kurniawati, E., Affandi, A. K., Ardani, W., & Sunarsi, D. (2023). Peran Kepemilikan Manajemen Dalam Memoderasi Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Efektif*.
- Setiawan, L. R., & Soelaiman, L. (2021). Pengaruh Kolaborasi, Kecerdasan Budaya, dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UKM Kota Sibolga. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2).
- Sondra, Tasya, C., & Widjaja, Oey, H. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha UKM Bidang Konveksi di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 500–510.
- Sondra, T. C., Oey, D., & Widjaja, H. (2021). *PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI TERHADAP KINERJA USAHA UKM BIDANG KONVEKSI DI JAKARTA BARAT*.
- Sowang, S. K., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh Pembelajaran Organisasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM Kuliner. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*.
- Sudirman, A., Halim, F., & Nainggolan, A. B. (2021). *Meninjau Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Sektor UMKM* [Universitas Muhammadiyah Jember]. <https://doi.org/10.32528/psneb.v0i0.5165>.
- Sudirman, A., Halim, F., Nainggolan, A. B., Butarbutar, N., & Sherly, S. (2021). *Meninjau Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Pasar*

Terhadap Kinerja Bisnis Sektor UMKM.

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). CV. Alfabeta.
- Sulistiyowati, F. (2022). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kapabilitas Dinamik Melalui Inovasi Sebagai Variabel Mediasi Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada Sektor Makanan di UMKM Kelurahan Kranji). Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.*
- Suyatmi, & Pahlevi, R. W. (2021). Peran Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pembelajaran untuk Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 11(2), 157–168.
- Triastuti, Y., Sapitri, E. D., Budiningsih, S., & Primadhita, Y. (2022). Kinerja Pegawai Kantor Kecamatan Cileungsi. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 18(2), 99–107.
- Udriyah, Tham, J., & Ferdous Azam, S. M. (2019). *The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile smes. Management Science Letters*. 9(9), 1419–1428. doi: %0A10.5267/j.msl.2019.5.009.
- Utama, H. G., & Mulyanto, H. (2023). Peran Strategi Bisnis dalam Memediasi dan Memoderasi Persaingan Industri Terhadap Kinerja Perusahaan Partner PT ACA Pacific. *Master: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 3(1), 25–40. <https://doi.org/10.37366/master.v3i1.468>
- Walumweya, M., & Phiri, J. (2022). Adopt Effective Competitive Strategies in Response to Environmental Challenges for National Public Broadcasting Corporation in Developing Countries: A Participatory Approach. *Journal of Business and Management*, 10, 175–191.
- Wasim, Rokhayati, Sudiarta, & R, P. (2022). Pengukuran Kinerja Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Suatu Telaah Pustaka. *Jurnal Politenik Harapan Bersama Tegal*, 4(2), 94–100.
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View of the Firm. *Strategic Management. Journal*.
- Zhang, H., Wang, Y., & Song, M. (2020). *Does competitive intensity moderate*

the relationships between sustainable capabilities and sustainable organizational performance in new ventures? Sustainability. 4(12), 1–20.

Žukauskas, P., Vveinhardt, J., & Andriukaitienė, R. (2018). *Philosophy and Paradigm of Scientific Research.*