

SKRIPSI

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN, STRATEGI BISNIS, DAN
INOVASI TERHADAP KINERJA UMKM BIDANG
KONVEKSI DI JAKARTA BARAT**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH :

NAMA : DAVID

NPM : 115210466

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

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : David
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115 210 966
Program Studi : Manajemen
Alamat : Perum Cipondoh Mawar blok A5 no 24
Kota Tangerang
Telp: _____
HP: 0851 5773 8390

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, 28 November 2024



David

Nama Lengkap Mahasiswa

Catatan:

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

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : DAVID
NIM : 115210466
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRASAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI PASAR,
ORIENTASI KEWIRASAHAAN,
STRATEGI BISNIS, DAN INOVASI
TERHADAP KINERJA UMKM BIDANG
KONVEKSI DI JAKARTA BARAT

Jakarta, 21 November 2024

Pembimbing,



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

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : DAVID
NIM : 115210466
PROGRAM/JURUSAN : S1/ MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN, STRATEGI BISNIS, DAN
INOVASI TERHADAP KINERJA UMKM
BIDANG KONVEKSI DI JAKARTA BARAT.

Telah diuji pada Ujian Skripsi Komprehensif tanggal 12 Desember 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : JOYCE ANGELIQUE TURANGAN S.E., M.Pd.
2. Anggota penguji : LOUIS UTAMA S.E., M.M.
YUSBARDINI Dra., M.E.

Jakarta, 8 Januari 2025

Pembimbing,



(LOUIS UTAMA S.E., M.M.)

ABSTRACT

- (A) DAVID (115210466)
- (B) THE INFLUENCE OF MARKET ORIENTATION, ENTREPRENEURIAL ORIENTATION, BUSINESS STRATEGY, AND INNOVATION ON THE PERFORMANCE OF MSMES IN THE CONVECTION SECTOR IN WEST JAKARTA
- (C) Abstract: This study aims to examine the influence of market orientation, entrepreneurial orientation, business strategy, and innovation on the business performance of MSMEs in the textile sector in West Jakarta. This study uses a quantitative approach by collecting data through a survey to 102 MSME actors in the field of convection. This data analysis was carried out using the structural equation modeling (SEM) method. The results of the study show that market orientation, entrepreneurial orientation, business strategy, and innovation have a positive influence on business performance.
- (d) Keywords: Market Orientation, Entrepreneurship Orientation, Business Strategy, Innovation, Business Performance, MSMEs
- (F) Reference
- (G) Louis Utama, S.E., M.M.

ABSTRAK

- (A) DAVID (115210466)
- (B) PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, STRATEGI BISNIS, DAN INOVASI TERHADAP KINERJA UMKM BIDANG KONVEKSI DI JAKARTA BARAT
- (C) Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, strategi bisnis, dan inovasi terhadap kinerja usaha UMKM bidang konveksi di Jakarta barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui survei kepada 102 pelaku UMKM di bidang konveksi. Analisis data ini dilakukan menggunakan metode structural equation modeling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, strategi bisnis, dan inovasi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja usaha.
- (D) Kata Kunci: Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Strategi Bisnis, Inovasi, Kinerja Usaha, UMKM
- (F) Referensi
- (G) Louis Utama, S.E., M.M.

HALAMAN MOTTO

It does not matter how slowly you go as long as you do not stop

HALAMAN PERSEMBAHAN

**Karya sederhana ini saya persembahkan untuk:
Seluruh keluarga saya Seluruh sahabat dan teman saya
Seluruh pengajar dan pembimbing saya**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan anugerah Nya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Tarumangara.

Penulisan skripsi ini tidak mungkin dapat berjalan dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Louis Utama,S.E.,M.M., selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah memberikan seluruh waktunya untuk memeriksa skripsi ini, memberikan arahan dan juga bimbingan agar penulis mampu untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., MBA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Frangky Selamat, S.E., M.M., Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Seluruh dosen dan juga staf pengajar Universitas Tarumanagara, yang telah membimbing, memberikan seluruh ilmu dan juga pengajarannya kepada penulis selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Para staf administrasi dan staf perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, yang telah membantu penulis dalam prosesnya mencari sumber-sumber ilmu melalui buku-buku yang ada di perpustakaan selama penulis menuntut ilmu di Universitas Tarumanagara, sehingga dengan pelayanan dan bantuan dari pihak perpustakaan, maka skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
6. Kepada seluruh anggota keluarga saya yang turut memberikan doa dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

7. Seluruh pihak dan juga orang-orang yang tidak bisa penulis sebutkan, terimakasih banyak untuk kalian yang selama ini ikut membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 4 Desember 2024

David

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. PERMASALAHAN	1
1. Latar Belakang	1
2. Identifikasi Masalah	5
3. Batasan Masalah	6
4. Rumusan Masalah	6
B. TUJUAN DAN MANFAAT	7
1. Tujuan	7
2. Manfaat	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. GAMBARAN UMUM TEORI	8
1. Teori <i>Resource Based View</i>	8
B. DEFINISI KONSEPTUAL VARIABEL	9
1. Pengertian Orientasi Pasar	9
2. Pengertian Orientasi Kewirausahaan	10
3. Pengertian Strategi Bisnis	11
4. Pengertian Inovasi	12
5. Pengertian Kinerja Usaha	13
C. KAITAN ANTAR VARIABEL	14
1. Kaitan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha	14

2. Kaitan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha	14
3. Kaitan Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Usaha	15
4. Kaitan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha	16
D. PENELITIAN RELEVAN	16
E. KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	18
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. DESAIN PENELITIAN	21
B. POPULASI, TEKNIK PEMILIHAN SAMPEL, DAN UKURAN SAMPEL	21
C. OPERASIONALISASI VARIABEL	22
1. Orientasi Pasar	23
2. Orientasi Kewirausahaan	24
3. Strategi Bisnis	25
4. Inovasi	26
5. Kinerja Usaha	27
D. ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS	28
1. Validitas	28
a. Validitas Konvergen	29
b. Validitas Diskriminan	30
2. Reliabilitas	32
E. ANALISIS DATA	33
1. Koefisien Determinasi R^2	33
2. <i>Predictive Relevance</i>	33
3. <i>Effect Size</i>	34
4. <i>Goodness of Fit Test</i>	34
5. Uji Hipotesis	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
A. DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN	35
1. Pelaku Usaha Konveksi	35
2. Keberadaan Usaha Konveksi	36
3. Jumlah karyawan konveksi	37

4. Jenis Kelamin	38
5. Usia	39
6. Pendidikan Terakhir	40
7. Usia Usaha	41
8. Total Pendapatan	42
B. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	43
1. Orientasi Pasar	43
2. Orientasi Kewirausahaan	44
3. Strategi Bisnis	45
4. Inovasi	46
5. Kinerja Usaha	47
C. HASIL ANALISIS <i>INNER MODEL</i>	48
1. Hasil Analisis Koefisien Determinasi	48
2. Hasil Analisis <i>Predictive Relevance</i> (Q2)	49
3. Pengujian <i>Effect Size</i> (F^2)	49
4. Pengujian Hipotesis	50
a. Pengujian Hipotesis Pertama	50
b. Pengujian Hipotesis Kedua	51
c. Pengujian Hipotesis Ketiga	51
d. Pengujian Hipotesis Keempat	51
5. <i>Goodness of Fit</i> (GoF)	52
D. PEMBAHASAN	52
BAB V PENUTUP	58
A. KESIMPULAN	58
B. KETERBATASAN DAN SARAN	58
1. Keterbatasan	58
2. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	67

BAB 1

PENDAHULUAN

A. PERMASALAHAN

1. Latar Belakang Masalah

Persaingan antar pelaku usaha, baik besar maupun kecil, bukanlah hal baru dalam menjalankan suatu usaha. Bisnis masa kini tumbuh lebih cepat dari sebelumnya, yang menyebabkan persaingan yang ketat. Lingkungan saat ini memaksa para pengusaha untuk menggunakan berbagai pendekatan guna meningkatkan kinerja bisnis. Dalam menghadapi pasar yang sangat kompetitif, terdapat berbagai strategi yang dapat diterapkan oleh organisasi untuk mempertahankan daya saing dan berpotensi untuk berkembang. Lebih jauh, melalui tindakan yang diambil oleh usaha kecil menengah, sektor usaha skala kecil difokuskan untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka. usaha kecil menengah merupakan bagian besar dari sektor usaha di negara-negara berkembang, termasuk Indonesia. Usaha kecil menengah dipandang sebagai sektor yang dapat menopang perekonomian nasional bukan hanya karena jumlahnya yang jauh lebih banyak daripada perusahaan berskala besar, tetapi juga karena reputasinya yang tangguh menghadapi krisis, dan lingkungan bisnis saat ini termasuk yang tersibuk yang pernah ada.

Lebih jauh lagi, usaha kecil menengah sangat penting bagi proses penyerapan tenaga kerja Indonesia. Industri ini berpotensi menurunkan angka pengangguran di Indonesia dengan menciptakan lapangan kerja baru bagi penduduk setempat. Suatu perusahaan dapat dianggap sukses jika mampu menarik, mempertahankan, dan memperluas kliennya. Keberadaan usaha kecil menengah memang memberikan kontribusi yang signifikan dalam berbagai hal. Namun, bukan berarti usaha kecil menengah tidak memiliki tantangan. Industri kecil dan menengah memang sulit diciptakan, tetapi sering kali muncul pada masa perkembangan ini. Perusahaan besar hampir gagal dalam beberapa industri.

Kemampuan masyarakat untuk tetap kompetitif dalam menghadapi tuntutan globalisasi menciptakan peluang bagi sektor bisnis untuk menjadi

semakin berkualitas, efisien, dan kompetitif. Masalah utama yang dihadapi sebagian besar bisnis, khususnya usaha kecil dan menengah di Indonesia, adalah produktivitas yang rendah, nilai tambah yang rendah, dan kualitas produk yang buruk. Meskipun diakui bahwa sebagian tenaga kerja Indonesia dipekerjakan oleh usaha kecil menengah, kontribusi mereka terhadap produksi negara dianggap minim. Karena persaingan yang ketat dalam bisnis, usaha kecil menengah harus meningkatkan kinerja organisasinya. Strategi bisnis yang mendorong pencapaian tujuan melalui orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan inovasi diperlukan untuk meningkatkan keberhasilan perusahaan. Usaha konveksi di Jakarta juga menghadapi tantangan besar akibat pandemi COVID-19.

Penelitian menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha harus menerapkan strategi bertahan dengan meningkatkan manajemen operasional dan diversifikasi produk. Hal ini termasuk menciptakan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar saat ini, seperti pakaian dengan bahan ramah lingkungan atau produk kesehatan seperti masker. Meskipun strategi bisnis sangat penting dalam menentukan arah dan keberhasilan suatu perusahaan, penerapannya tidak selalu menjamin kesuksesan. Strategi bisnis yang efektif harus didasarkan pada data yang akurat dan analisis mendalam mengenai perilaku konsumen serta tren pasar, sehingga perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih tepat dalam mencapai tujuan mereka. Selain itu, kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, seperti kemajuan teknologi dan perubahan preferensi konsumen, menjadi kunci dalam mempertahankan keunggulan kompetitif. Contoh strategi yang dapat diterapkan termasuk inovasi produk, pemasaran digital, dan diferensiasi layanan. Penelitian menunjukkan bahwa strategi bisnis yang tepat dapat meningkatkan kinerja pemasaran dan keunggulan bersaing perusahaan.

Setiap pengusaha berusaha memaksimalkan prospek pasar baru sekaligus mengurangi dampak persaingan harga dan mendorong efisiensi biaya yang berkelanjutan (Masa'deh, Al-Ansari, & Al-Mahmoud, 2018). Lebih jauh lagi, usaha kecil menengah harus mengevaluasi kembali lingkungan eksternal

mereka untuk meningkatkan kinerja dan mempertahankan keunggulan kompetitif mereka karena semakin banyaknya hambatan baru yang lebih sulit (Almajali, 2016). Industri mode, yang meliputi perusahaan tekstil yang membuat pakaian jadi untuk pria, wanita, dan anak-anak serta pakaian olahraga, pakaian dalam, dan pakaian partai politik, merupakan salah satu usaha kecil menengah yang masih beroperasi hingga saat ini. Setiap bisnis berusaha untuk memaksimalkan potensi pasar baru sekaligus mengurangi volatilitas harga dan meningkatkan efisiensi biaya yang berkelanjutan (Masa'deh, Al-Ansari, & Al-Mahmoud, 2018). Yang lebih penting, usaha kecil menengah perlu menilai kembali lingkungan eksternal mereka untuk meningkatkan kondisi kerja dan memperkuat keunggulan kompetitif mereka karena semakin banyak pekerja baru yang kurang berpengalaman (Almajali et al., 2016). Sektor industri, yang meliputi produsen pakaian untuk wanita, pria, dan anak-anak serta pakaian olahraga, perabotan rumah, dan pakaian partai politik, merupakan salah satu dari sedikit usaha kecil menengah yang masih beroperasi hingga saat ini.

Pada penelitian sebelumnya di Jakarta Barat ditemukan bahwa orientasi pasar yang baik dapat meningkatkan kinerja konveksi tekstil. Selain memiliki pola pikir kewirausahaan, usaha kecil menengah harus mengutamakan pencapaian tujuan utamanya, yaitu memuaskan konsumen, agar kinerja bisnisnya meningkat. usaha kecil menengah harus mampu memanfaatkan orientasi pasar agar dapat memenuhi kebutuhan tersebut secara lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaing. Meskipun orientasi pasar dapat memberikan wawasan tentang kebutuhan konsumen, pengaruhnya terhadap pertumbuhan penjualan dan pangsa pasar sering kali tidak signifikan. Hal ini menandakan bahwa meskipun perusahaan telah berupaya untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pasar, faktor-faktor lain seperti inovasi dan responsivitas terhadap perubahan pasar juga sangat berpengaruh terhadap kinerja mereka. Orientasi pasar menyoroti sejauh mana usaha kecil menengah memanfaatkan pemenuhan keinginan dan aspirasi konsumen sebagai landasan penataan bisnis.

Karena mendorong inovasi layanan yang unggul, orientasi pasar meningkatkan standar inovasi (Buli, 2017). Usaha kecil menengah dapat

memunculkan ide-ide kreatif dengan memanfaatkan kesempatan belajar di berbagai departemen di seluruh perusahaan. Proses mengubah prospek menjadi konsep yang dapat diterapkan dikenal sebagai inovasi.

Meskipun inovasi telah diterapkan di sektor konveksi, masih ada tantangan dalam implementasinya. Banyak pelaku usaha di sektor konveksi di Bandung mengandalkan pengetahuan pengolahan tekstil dari pemilik dan karyawan sebagai sumber melakukan inovasi. Usaha kecil menengah dapat memperoleh manfaat lebih banyak dari menciptakan, menyebarluaskan, merangkul, dan menyelidiki tren baru (Udriyah, Haryanto, & Sari, 2019). Untuk memperoleh keunggulan kompetitif yang lebih kuat, Usaha kecil menengah harus berinovasi. Usaha konveksi kini semakin mengembangkan inovasi dalam produk dan model bisnis. Misalnya, peningkatan permintaan untuk produk seperti hijab dan gamis mendorong pelaku usaha untuk berinovasi dalam desain dan kualitas produk. Selain itu, banyak konveksi yang mulai menjajakan produk mereka secara online melalui e-commerce, sehingga dapat menjangkau lebih banyak konsumen di tengah perubahan perilaku konsumen akibat pandemi. Namun, beberapa pelaku usaha berani melakukan inovasi dengan modifikasi dari desain dan material yang sudah ada sebelumnya (Sari & Prabowo, 2020). Untuk mendorong inovasi lebih lanjut, pentinglah menciptakan budaya kerja yang mendukung kolaborasi dan pertukaran ide. Sumber Daya Manusia (SDM) memiliki peran penting dalam menggerakkan dan memfasilitasi inovasi melalui berbagai aspek, seperti menginspirasi dan mendorong kreativitas, memfasilitasi kolaborasi, dan memberikan dukungan terhadap gagasan inovatif (Anabelle, Suryono, & Hasanudin, 2023).

Orientasi kewirausahaan dan inovasi produk sangat diperlukan untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Pelaku usaha yang mampu beradaptasi dengan perubahan pasar dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif cenderung lebih sukses dalam bertahan di tengah persaingan yang ketat. Tiga aspek orientasi kewirausahaan yang paling banyak diteliti adalah kreativitas, proaktif, dan pengambilan risiko. Orientasi Kewirausahaan didasarkan pada konstruksi satu dimensi (Jogaratnam, 2017). Meskipun orientasi kewirausahaan

dilakukan, masih ada variasi dalam dampaknya terhadap kinerja usaha. Misalnya, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengusaha perempuan di Kota Malang cenderung lebih menganggap penting sikap proaktif sebagai bentuk terpenting dari orientasi kewirausahaan, namun tidak semua aspek orientasi kewirausahaan sama-sama efektif dalam meningkatkan kinerja usaha. Penelitian lain menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan bisa berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, tapi bisa juga berpengaruh negatif jika tidak diiringi dengan inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi yang tepat. Usaha kecil menengah dengan pola pikir kewirausahaan mengamati tren pasar dan bergerak cepat untuk berinovasi dan memanfaatkan peluang sebelum pesaing melakukannya. Agar tetap unggul dalam persaingan, mereka juga mengambil risiko yang diperhitungkan saat mengembangkan dan meningkatkan bisnis, serta bersikap proaktif dalam memperkenalkan barang dan layanan baru ke pasar. Kekuatan mereka saling melengkapi untuk memberi mereka keunggulan kompetitif yang menghasilkan kesuksesan finansial yang lebih tinggi. Dalam situasi di mana bisnis terus mencari peluang baru, di mana profitabilitas masa depan berdasarkan operasi yang ada tidak pasti, dan di mana perubahan terjadi dengan cepat dan memperpendek siklus hidup perusahaan atau produk.

Berdasarkan analisis di atas, penelitian ini berjudul “Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Strategi Bisnis, dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah Bidang Konveksi di Jakarta Barat” bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara variabel-variabel tersebut dalam konteks usaha kecil menengah di Indonesia.

2. Identifikasi Masalah

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

- a. Meskipun orientasi pasar dapat memberikan wawasan tentang kebutuhan konsumen, pengaruhnya terhadap pertumbuhan penjualan dan pangsa pasar sering kali tidak signifikan.

- b. Orientasi kewirausahaan bisa berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, tapi bisa juga berpengaruh negatif jika tidak diiringi dengan inovasi.
- c. Meskipun strategi bisnis sudah diterapkan belum tentu menjamin keberhasilan pada usaha kecil menengah konveksi di Jakarta Barat, karena harus menggunakan analisis yang akurat dan mendalam.
- d. Meskipun inovasi telah diterapkan di sektor konveksi, masih ada tantangan dalam implementasinya karena kurangnya pertukaran ide antara pemilik dan karyawan.

3. Batasan Masalah

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

- a. Subjek penelitian ini yaitu orang yang memiliki usaha konveksi di Jakarta Barat.
- b. Variabel independen nya yaitu orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, strategi bisnis, dan inovasi.

4. Rumusan Masalah

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

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

B. TUJUAN DAN MANFAAT

1. Tujuan Penelitian

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

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

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini disusun dengan tujuan untuk memberikan manfaat bagi UKM konveksi sebagai referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, strategi bisnis, dan inovasi dalam konteks kinerja usaha. Selain itu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan dalam bidang kewirausahaan dan membuka peluang lebih lanjut, khususnya di sektor kewirausahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Almajali, A. M. (2016). Pengaruh Lingkungan Eksternal dan Lingkungan Internal terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM). *Jurnal Ilmiah Nasional*.
- Anabelle, T., Suryono, E., & Hasanudin, H. (2023). Peran sumber daya manusia dalam mendorong inovasi: Menginspirasi kreativitas dan kolaborasi dalam organisasi. *Jurnal Manajemen dan Kinerja*.
- Arifin, R., & Sunaryo, H. (2018). Tinjauan Empiris Tentang Orientasi Kewirausahaan Bagi Pengusaha. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia, Volume 2*.
- Astuti, I. Y., & Munir, M. (2022). ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DALAM MEMPENGARUHI KINERJA PEMASARAN DI MASA RECOVERY PANDEMI COVID-19. *JOURNAL OF MANAGEMENT Small and Medium Enterprises (SME's)*.
- Astuti, R., & Rahman, F. (2022). Business Strategy and Competitive Advantage in Small and Medium Enterprises: Evidence from Jakarta's Fashion Industry. *Journal of Small Business Management*.
- Asyhari, A., Pudjihastuti, S. H., & Kurdaningsih, D. M. (2018). Peran Mediasi Keunggulan Kompetitif pada Faktor Determinan Kinerja Bisnis UKM di Sentra Tenun Batik di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*.
- Becherer, R. C., & Maurer, J. G. (1997). The role of entrepreneurial orientation in the marketing strategy of small firms. *Journal of Small Business Management*.

- Buli, M. (2017). Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha kecil dan menengah. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan.*
- Crick, J. M. (2021). The dimensionality of the market orientation construct. *Journal of Strategic Marketing.*
- Danny, F. G., & Utama, L. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kapasitas Inovasi terhadap. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, Volume II.*
- Darwisi, H., & Utama, L. (2020). Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha kecil dan menengah: Studi kasus di Jakarta. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan.*
- Dewi, S., & Santoso, R. (2023). Peran Orientasi Kewirausahaan dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Konveksi Melalui Inovasi Produk. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan.*
- Fadila, F., & Yuniarti, Y. (2021). PENGARUH KINERJA USAHA TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA UKM SPOCCAT SEPATU CIBADUYUT KOTA BANDUNG. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis.*
- Fitria, N., & Wahyuni, S. (2020). Orientasi kewirausahaan dan kinerjanya pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.*
- Fowler, F. J. (2014). *Survey Research Methods.* Sage Publications.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, teknik, aplikasi menggunakan smartPLS 3.0 untuk penelitian empiris.* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review.*

- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (2008). Multivariate data analysis with reading, 4rd edition. New Jersey : Prentice Hall.
- Hartini, S. (2020). Peran Inovasi Terhadap Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis Usaha Kecil dan Menengah di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen*.
- Haryanto, A., Sari, D., & Prabowo, H. (2020). Inovasi dan efektivitas strategi pemasaran dalam meningkatkan kinerja perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Hassan, A. (2013). Innovation and its impact on the performance of manufacturing firms in Pakistan. *International Journal of Business and Management*.
- Hindarwati, R., Yulianto, A., & Sari, D. (2021). Indikator Kinerja Usaha pada UMKM: Pertumbuhan Penjualan dan Aset. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Hoskisson, R. E. (1999). The Resource-Based View of the Firm: A Method for the Future? *Strategic Management Journal*.
- Hubies, H., & Najib, M. (2014). *Manajemen strategik dalam pengembangan daya saing organisasi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Hussain, M. A., & Qureshi, M. I. (2021). Business Innovation: A Review of Literature and Future Directions. *Journal of Business Research*.
- Indah, F. R., & Dahmiri, D. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Dengan Strategi Pertumbuhan Usaha Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Dinamika Manajemen*.
- Jogaratnam, G. (2017). Orientasi kewirausahaan sebagai konstruksi satu dimensi: Tiga aspek utama dalam penelitian. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Junovi, A. S. (2020). Strategi pengembangan bisnis dengan blue ocean strategy pada

Desmonda Snack.

Kania, R., & Levyda, L. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.

Kelson, M. (2012). Market orientation and business performance: A study of small businesses. *Journal of Small Business Management*.

Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2014). *Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2014). Foundations of Behavioral Research (4th ed.)*. Harcourt College Publishers.

Kraus, S., Palmer, C., Kallmuenzer, A., & Sporn, B. (2020). The role of entrepreneurial orientation in the context of digital transformation. *Journal of Business Research*.

Masa'deh, R., Al-Ansari, Y., & Al-Mahmoud, A. (2018). Penerapan Manajemen Strategi: Kontribusi Orientasi Pasar dan Orientasi Teknologi terhadap Kinerja Bisnis. *Journal of Management and Economics Research*.

Najib, M., & Kiminami, A. (2011). The Relationship Between Innovation and Business Performance: Evidence from SMEs in Indonesia. . *International Journal of Business and Management*.

Narver, J. C., & Slater, S. F. (1994). Market orientation, customer value, and superior performance. *Business Horizons*.

Prabowo, H., & Supriyadi, A. (2021). Entrepreneurial Orientation and Its Impact on SME Performance: A Study in the Textile Sector. *International Journal of Entrepreneurship*.

Rahayu, S., & Sari, D. (2020). The Role of Market Orientation in Improving the Performance of SMEs in the Fashion Industry. *Journal of Business and Management*.

- Rakhmatulloh, D., & Hendarti, H. (2020). STRATEGI BISNIS UNTUK MENINGKATKAN KINERJA DAN PELUANG PERUSAHAAN. *Journal of Business Strategy and Execution.*
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2018). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice.*
- Risnawaty, N., & Mulyanti, D. (2023). Strategi Bisnis Dalam Perspektif Manajemen Sebuah. *Jurnal Manajemen Kreatif dan Inovasi.*
- Rizky, A., & Prabowo, H. (2022). Pengaruh Strategi Bisnis dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Sektor Konveksi. *Jurnal Bisnis.*
- Safitri, P., & Fajrin, Z. (2019). STRATEGI BISNIS DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA PEMASARAN USAHA KECIL MENENGAH KOPIAH RESAM MENTARI KOTA PANGKALPINANG. *Jurnal Ekonomi Manajemen & Bisnis - Vol. 20, No. 1, A.*
- Sari, D., & Prabowo, H. (2020). Inovasi produk dan model bisnis dalam usaha konveksi: Respons terhadap perubahan permintaan di era pandemi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.*
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach (7th ed.).*
- Setiawan, B., Indratno, S., & Wibowo, A. (n.d.). Innovation as a Driver of Performance in SMEs: Insights from the Garment Sector in Indonesia. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship.*
- Shehu, A., & Mahmood, R. (2014). Market orientation and its impact on the performance

- of small and medium enterprises in Nigeria. *Journal of Business Management*.
- Sondra, & Widjaja. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha UKM Bidang Konveksi Di Jakarta Barat . *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta*.
- Sulistyawati, E., Hidayati, N., & Rahmawati, F. (2022). Descriptive research methodology in social sciences: A practical approach. *Journal of Social Science Research*.
- Suryati, L. (2019). Manajemen Pemasaran Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *In Hakikat Pemasaran*.
- Suwarno, & Yogi. (2008). *Inovasi di Sektor Publik*. STIA-LAN Press. Jakarta.
- Suwarno, E. G. (2023). Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan dengan Implementasi Enterprise Resource Planning (ERP) dan Kapabilitas Organisasi sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. Wiley.
- Tika, & Pandu, M. (2014). *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*. Jakarta: Bumi Aksara .
- Udriyah, S., Haryanto, A., & Sari, R. (2019). Manfaat inovasi dalam usaha kecil menengah: Menciptakan, menyebarluaskan, merangkul, dan menyelidiki tren baru. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Wahyuni, & Sara. (2020). The effect of entrepreneurial orientation variables on business

performance in the SME industry context. *Journal of Workplace Learning*.

Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*.

Witjaksono, H. P. (2020). ANALISIS ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN SUMBER DAYA INTERNAL PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA MELALUI KEUNGGULAN BERSAING. *Jurnal Bisnis Strategi*.