

Pengaruh Keunggulan Bersaing, Inovasi Produk dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM di Kelurahan Kebonsari Kecamatan Jambangan Kota Surabaya

*Alfian Nazarrudin, Nurul Imamah, Haryono

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya, Indonesia

DOI: [10.46821/bharanomics.v5i1.554](https://doi.org/10.46821/bharanomics.v5i1.554)

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi nasional karena selain berkontribusi meningkatkan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja, juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh keunggulan bersaing, inovasi produk dan orientasi pasar terhadap kinerja UMKM Di Kelurahan Kebonsari Kecamatan Jambangan Kota Surabaya. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Populasi penelitian ini terdiri dari seluruh pelanggan produk UMKM di Kelurahan Kebonsari, Kecamatan Jambangan, Kota Surabaya, yang berjumlah 96 orang. Pengujian data dilakukan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menguji hipotesis menggunakan uji F, uji t, dan analisis dominan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing, inovasi produk dan orientasi pasar berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap kinerja UMKM Di Kelurahan Kebonsari Kecamatan Jambangan Kota Surabaya. Variabel keunggulan bersaing berpengaruh dominan terhadap kinerja UMKM Di Kelurahan Kebonsari Kecamatan Jambangan Kota Surabaya.

Kata kunci: Keunggulan Bersaing, Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Kinerja UMKM.

Abstract:

Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) play an important role in national economic development because apart from contributing to boosting the economy and creating jobs, they also play a role in distributing the results of development. The purpose of this study was to determine and prove the effect of competitive advantage, product innovation and market orientation on the performance of UMKM in the Kebonsari Village, Jambangan District, Surabaya City. This study adopts a quantitative approach by using a questionnaire to collect data. The population of this study consisted of all customers of UMKM products in Kebonsari Village, Jambangan District, Surabaya City, totaling 96 people. Data testing was carried out using validity and reliability tests. The analytical method used is multiple linear regression analysis by testing the hypothesis using the F test, t test, and dominant analysis. The results of this study indicate that competitive advantage, product innovation and market orientation have a significant simultaneous and partial effect on the performance of UMKM in Kebonsari Village, Jambangan District, Surabaya City. The competitive advantage variable has a dominant effect on the performance of UMKM in the Kebonsari Village, Jambangan District, Surabaya City.

Keywords: Competitive Advantage, Product Innovation, Market Orientation and UMKM Performance.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

PENDAHULUAN

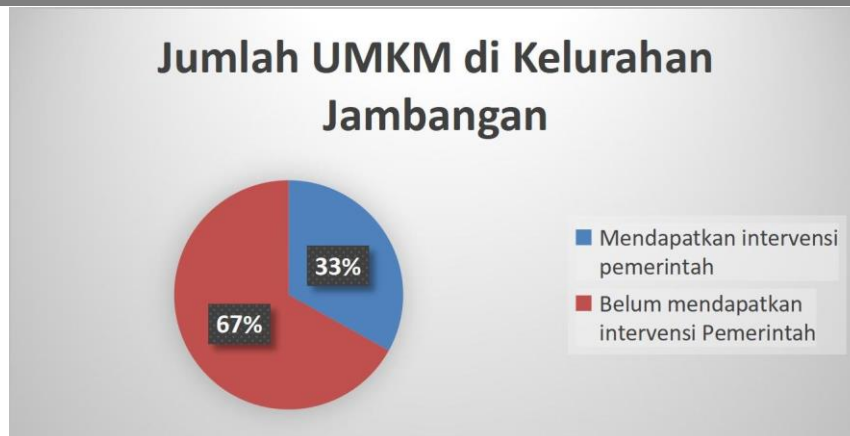
Semakin canggih dan maju globalisasi, persaingan antara wirausahawan semakin ketat. Mereka menghadapi berbagai peluang dan ancaman, baik dari luar maupun dari dalam perusahaan, yang dapat berdampak signifikan pada kelangsungan hidup usaha. Oleh karena itu, setiap wirausaha dituntut untuk selalu memahami kondisi pasar, memahami kebutuhan konsumen, dan mengikuti perubahan lingkungan bisnis. Tujuannya adalah untuk bisa bersaing dengan perusahaan lain di dunia bisnis dan mengurangi kelemahan-kelemahan yang ada, sambil meningkatkan potensi kekuatan yang dimiliki (Widiyanti, 2021).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi nasional karena selain berkontribusi meningkatkan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja, juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Selama krisis ekonomi yang baru-baru ini terjadi di Indonesia, banyak usaha besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti beroperasi, namun sektor UMKM telah menunjukkan ketahanannya dalam menghadapi krisis tersebut. Pengalaman yang dialami Indonesia selama krisis ini menunjukkan pentingnya fokus pada pengembangan sektor swasta, terutama pada UMKM. Meskipun produksi UMKM dalam skala kecil dan belum mampu bersaing dengan unit usaha lainnya, penting untuk tidak mengabaikan sektor ini (Absah dkk., 2016).

Kelurahan Kebonsari, yang terletak di Kecamatan Jambangan, Kota Surabaya, telah mengizinkan dan meresmikan penggunaan salah satu bangunan milik kelurahan sebagai tempat untuk menampung produk-produk UMKM Kebonsari. Galeri UMKM ini berlokasi di sebelah Kantor Kelurahan Kebonsari, memiliki ukuran 3x3 meter, dan dilengkapi dengan 2 etalase kaca untuk menampilkan produk-produk dari UMKM Kebonsari. Selain itu, di depan galeri UMKM juga disediakan area yang luas, di mana meja dan kursi dapat ditempatkan untuk para pelanggan. Para pelaku usaha dapat memanfaatkan stan yang tersedia di galeri UMKM, namun dengan syarat bahwa produk yang mereka tawarkan berkualitas dan mereka berkomitmen untuk menjalankan usahanya di galeri UMKM.

Sebanyak 130 UMKM yang ada di Kelurahan Kebonsari, data yang berhasil diperoleh menunjukkan bahwa sebanyak 83 UMKM belum menerima bantuan atau intervensi dari Pemerintah melalui pihak Kecamatan setempat untuk mengembangkan usahanya. Artinya, mereka masih berusaha menjalankan usaha mereka secara independen. Padahal, Pemerintah melalui Kelurahan Kebonsari dapat berperan sebagai katalisator, yakni sebagai agen yang mendorong percepatan pengembangan potensi daerah dan nasional yang dapat menjadi modal sosial untuk partisipasi dalam pembangunan

Namun dari total 130 UMKM yang ada di Kelurahan Kebonsari, berdasarkan data yang berhasil didapatkan, sebanyak 83 UMKM tercatat masih belum mendapatkan intervensi dari Pemerintah melalui pihak Kecamatan setempat untuk mengembangkan usahanya. Artinya mereka masih berusaha menjalankan usahanya secara mandiri. Padahal, pemerintah melalui kelurahan kebonsari dapat memiliki peran sebagai katalisator, yaitu pemerintah berperan sebagai agen yang meningkatkan percepatan pengembangan potensi daerah dan nasional yang dapat menjadi modal sosial untuk pembangunan partisipasi.



Sumber: Data UMKM Kelurahan Kebonsari (2023)

Gambar 1: Jumlah UMKM di Kelurahan Kebonsari

Mengamati data tersebut diatas, terdapat kekhawatiran mengenai banyaknya UMKM yang perlu mendapatkan perhatian agar dapat meningkatkan kinerjanya. Tujuan akhir yang harus dicapai oleh UMKM adalah mencapai keberhasilan dalam mencapai keuntungan. Keberhasilan ini tergantung pada kinerja usaha yang telah dicapai oleh UMKM tersebut, yang mencakup prestasi kerja atau performa selama periode atau waktu tertentu. Dalam persaingan usaha yang sengit, usaha kecil dituntut untuk melakukan manajemen usaha yang produktif dan efisien, serta menghasilkan produk atau jasa sesuai dengan preferensi pasar dan memiliki standar kualitas yang lebih unggul daripada pesaing, sehingga dapat meningkatkan kinerja usaha mereka (Medhika dkk., 2018).

METODE PENELITIAN

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan produk UMKM di Kelurahan Kebonsari Kecamatan Jambangan Kota Surabaya yang jumlahnya tidak diketahui. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya secara pasti sehingga peneliti menentukan besar sampel yang digunakan menurut Riduwan & Kuncoro (2017) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)/(0,25)^2}{0,05} = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh $n = 96,04 \approx 96$ atau menjadi 96. Sehingga seluruh pelanggan produk UMKM yang berjumlah 96 responden di Kelurahan Kebonsari Kecamatan Jambangan Kota Surabaya menjadi sampel penelitian.

Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2017: 182), Purposive Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Alasan

pemilihan teknik *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti, sehingga penulis memilih teknik ini dengan beberapa persyaratan dan pertimbangan. Berikut adalah kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini:

- Berdomisili di Kota Surabaya
- Berusia Minimal 17 Tahun
- Pelanggan yang pernah membeli produk UMKM Kelurahan Kebonsari Kecamatan Jambangan Kota Surabaya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Nilai *constant* (Y) sebesar 0,735 artinya jika variabel Keunggulan Bersaing, Inovasi Produk dan Orientasi Pasar bernilai 0 (nol), maka nilai variabel Kinerja UMKM (Y) menjadi sebesar 0,735. Jika variabel-variabel bebas yakni keunggulan bersaing, inovasi produk dan orientasi pasar tidak memberikan pengaruh, maka variabel terikat kinerja UMKM mengalami perubahan sebesar 0,735.

$$Y = 0,735 + 0,307X_1 + 0,323X_2 + 0,197X_3 + e$$

- Koefisien keunggulan bersaing= 0,307
Jika variabel keunggulan bersaing mengalami kenaikan dengan asumsi sebesar satu satuan, sementara inovasi produk dan orientasi pasar dianggap tetap, maka akan menyebabkan kenaikan kinerja UMKM sebesar 0,307.
- Koefisien inovasi produk= 0,323
Jika variabel inovasi produk meningkat sebesar satu satuan, dengan asumsi keunggulan bersaing dan orientasi pasar dianggap tetap, maka akan menyebabkan kinerja UMKM meningkat sebesar 0,323.
- Koefisien orientasi pasar= 0,197
Jika variabel orientasi pasar meningkat sebesar satu satuan, dengan asumsi keunggulan bersaing dan inovasi produk dianggap tetap, maka akan menyebabkan kinerja UMKM meningkat sebesar 0,197.

Tabel 1
Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.735	.164		4.482	.000
Keunggulan Bersaing (X1)	.307	.075	.369	4.112	.000
Inovasi Produk (X2)	.323	.086	.353	3.744	.000
Orientasi Pasar (X3)	.197	.080	.231	2.465	.016

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM (Y)

Sumber: Data Diolah, 2023

Tabel 2
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.901 ^a	.812	.805	.22488

a. Predictors: (Constant), Orientasi Pasar (X3), Keunggulan Bersaing (X1), Inovasi Produk (X2)

Sumber: Data Diolah, 2023

Tabel 3
Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1					
Regression	20.045	3	6.682	132.118	.000 ^a
Residual	4.653	92	.051		
Total	24.697	95			

a. Predictors: (Constant), Orientasi Pasar (X3), Keunggulan Bersaing (X1), Inovasi Produk (X2)

b. Dependent Variable: Kinerja UMKM (Y)

Sumber: Data Diolah, 2023

Analisa Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengindikasikan seberapa besar proporsi variabel terikat (*dependent*) yang dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya (*independent*) secara bersama-sama atau secara simultan..

Dari tabel tersebut, didapatkan nilai *R Square* sebesar 0,812 atau 81,2%. Artinya, variabel bebas yaitu keunggulan bersaing, inovasi produk, dan orientasi pasar secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat kinerja UMKM sebesar 81,2%. Sisanya sebesar 18,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

Uji Simultan (Uji F)

Nilai F hitung sebesar 132,118 lebih besar daripada nilai F tabel yaitu 2,70. Demikian pula, nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 lebih kecil daripada nilai signifikansi yang digunakan yaitu $\alpha = 5\%$ atau 0,05. Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Artinya, variabel keunggulan bersaing (X1), inovasi produk (X2), dan orientasi pasar (X3) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kinerja UMKM (Y) di Kelurahan Kebonsari, Kecamatan Jambangan, Kota Surabaya.

Uji t

Hasil analisis uji t pada variabel keunggulan bersaing menunjukkan t hitung sebesar 4,112. Nilai t tabel ($\alpha/2; n-k-1$) dengan (0,025;92) adalah 1,98609. Karena t hitung > t tabel, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Artinya, variabel keunggulan bersaing (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM (Y) di Kelurahan Kebonsari, Kecamatan Jambangan, Kota Surabaya.

Hasil analisis uji t pada variabel inovasi produk menunjukkan t hitung sebesar 3,744. Nilai t tabel ($\alpha/2; n-k-1$) dengan (0,025;92) adalah 1,98609. Karena t hitung > t tabel, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_2) diterima. Artinya, variabel inovasi produk (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM (Y) di Kelurahan Kebonsari, Kecamatan Jambangan, Kota Surabaya.

Hasil analisis uji t pada variabel orientasi pasar menunjukkan t hitung sebesar 2,465. Nilai t tabel ($\alpha/2; n-k-1$) dengan (0,025;92) adalah 1,98609. Karena t hitung > t tabel, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_3) diterima. Artinya, variabel orientasi pasar (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM (Y) di Kelurahan Kebonsari, Kecamatan Jambangan, Kota Surabaya.

Penentuan Variabel Dominan

Dari tabel 4, dapat dilihat bahwa variabel keunggulan bersaing memiliki koefisien beta sebesar 0,369 atau 36,9%. Variabel inovasi produk memiliki koefisien beta sebesar 0,353 atau 35,3%, dan variabel orientasi pasar memiliki koefisien beta sebesar 0,231 atau 23,1%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel keunggulan bersaing memiliki koefisien beta tertinggi di antara variabel bebas lainnya, yang berarti variabel keunggulan bersaing merupakan variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap kinerja UMKM di Kelurahan Kebonsari, Kecamatan Jambangan, Kota Surabaya.

Pembahasan

Pengaruh Keunggulan Bersaing, Inovasi Produk, Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa kinerja UMKM akan meningkat dengan adanya pengaruh dari keunggulan bersaing, inovasi produk, dan orientasi pasar. Artinya, perusahaan harus memperhatikan keunggulan bersaing dengan menciptakan dan menawarkan produk yang unggul, serta mengembangkan produk yang inovatif dan memiliki orientasi pasar yang jelas dengan tujuan meningkatkan keuntungan. Dalam hal ini, keunggulan bersaing, inovasi produk, dan orientasi pasar perlu ditingkatkan secara bersama-sama agar konsumen dapat meningkatkan kinerja UMKM.

Tabel 4
Hasil Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.735	.164		4.482	.000
Keunggulan Bersaing (X_1)	.307	.075	.369	4.112	.000
Inovasi Produk (X_2)	.323	.086	.353	3.744	.000
Orientasi Pasar (X_3)	.197	.080	.231	2.465	.016

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM (Y)

Sumber: Data Diolah, 2023

Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja UMKM

Variabel keunggulan bersaing secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Kelurahan Kebonsari Kecamatan Jambangan Kota Surabaya, di mana besarnya pengaruh keunggulan bersaing sebesar 36,9% terhadap kinerja UMKM. Temuan ini sejalan dengan teori Nizar (2018), yang mendefinisikan keunggulan bersaing sebagai strategi keuntungan bagi perusahaan yang bekerja sama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif di pasar mereka. Strategi ini harus dirancang untuk mencapai keunggulan bersaing secara berkelanjutan, sehingga perusahaan atau pengusaha dapat mendominasi baik di pasar saat ini maupun pasar baru. Keunggulan bersaing adalah berasal dari nilai-nilai atau manfaat produk yang diciptakan oleh perusahaan untuk para pelanggan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Medhika dkk. (2018) dengan judul "Peran Keunggulan Bersaing dalam Memediasi Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja UKM". Penelitian tersebut menunjukkan bahwa keunggulan bersaing memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Dengan memiliki keunggulan bersaing, perusahaan dapat bertahan dan berlanjut dalam keberlangsungan operasionalnya. Keunggulan bersaing menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan/produk dalam mencapai kinerja atau kesuksesan produk yang dihasilkan. Hasil penelitian ini memberikan arti bahwa keunggulan bersaing merupakan posisi unik UMKM di pasar melalui kompetensi khas dan aset strategis yang dimiliki oleh perusahaan.

Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM

Variabel inovasi produk secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM di Kelurahan Kebonsari, Kecamatan Jambangan, Kota Surabaya, dengan besarnya pengaruh inovasi produk mencapai 35,3%. Temuan ini sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh Sutirna (2018) yang menyatakan bahwa inovasi adalah ide, hal praktis, metode, cara, atau barang buatan manusia yang dianggap baru bagi seseorang atau masyarakat. Semakin inovatif suatu produk, semakin meningkatkan respon pembeli dalam melakukan pembelian produk. Dengan kata lain, semakin produk berinovasi, semakin mendorong konsumen untuk meningkatkan kinerja UMKM. Hasil ini mendukung teori tersebut dan terbukti secara empiris dalam penelitian ini.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dewi (2022) dengan judul "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, dan Penggunaan Teknologi Informasi terhadap Kinerja Bisnis Melalui Keunggulan Kompetitif pada Pedagang Pakaian di Pasar Kliwon, Kabupaten Kudus." Penelitian tersebut menyatakan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Artinya, inovasi menjadi salah satu faktor kunci dalam menciptakan

kinerja bisnis yang baik dalam suatu usaha. Semakin seorang pengusaha melakukan inovasi dalam bisnisnya, maka akan meningkatkan kinerja bisnis yang lebih baik. Sebaliknya, jika seorang pengusaha tidak melakukan inovasi dalam bisnisnya, maka akan sulit untuk mencapai kinerja bisnis yang baik.

Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM

Variabel orientasi pasar secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM di Kelurahan Kebonsari, Kecamatan Jambangan, Kota Surabaya, dengan besarnya pengaruh orientasi pasar mencapai 23,1%. Temuan ini sejalan dengan teori yang dijelaskan oleh Nizar (2018) yang menyatakan bahwa orientasi pasar berarti bahwa perusahaan mengetahui potensi pasar dalam waktu yang singkat ataupun lama, kelemahan, dan beberapa strategi dari pesaing potensialnya. Pengusaha yang mampu bersaing seringkali memiliki perusahaan dengan strategi yang baik, memahami cara memperoleh dan membagi informasi kepada pesaing, serta merespons tindakan pesaing dengan tepat.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Medhika dkk. (2018) dengan judul "Peran Keunggulan Bersaing dalam Memediasi Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja UKM," yang menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Orientasi pasar yang semakin meningkat akan menyebabkan kinerja UMKM juga semakin meningkat. Dengan demikian, hipotesis yang menyebutkan bahwa orientasi pasar (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM (Y) ternyata terbukti kebenarannya.

SIMPULAN

Hasil penelitian melalui uji F (uji simultan) menunjukkan bahwa keunggulan bersaing, inovasi produk dan orientasi pasar secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja UMKM di Kelurahan Kebonsari Kecamatan Jambangan Kota Surabaya. Hasil penelitian melalui uji t (uji parsial), menunjukkan bahwa keunggulan bersaing, inovasi produk dan orientasi pasar secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja UMKM di Kelurahan Kebonsari Kecamatan Jambangan Kota Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keunggulan bersaing menjadi variabel yang berpengaruh dominan terhadap kinerja UMKM. Hal tersebut dikarenakan keunggulan bersaing menjadi faktor yang membuat produk yang dihasilkan UMKM mampu bersaing di pasar dengan produk yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Absah, Y., Fawzee, B. K., Qamariah, I., dan Muchtar, Y. C. (2016). *Strategi Keunggulan Bersaing UMKM*. USU Press
- Aprizal. (2018). *Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Penjualan Komputer)*. Celebes Media Perkasa.

- Dewi, R. U. (2022). 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), 54-72.
- Ngatno. (2022). *Monograf Orientasi Pasar*. Penerbit Elmarkazi.
- Nizar, M. (2018). Pengaruh Entrepreneurial Orientation dan Market Orientation terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran. *Skripsi*. Fakultas Agama Islam Universitas Yudharta Pasuruan
- Medhika, N. G. A. J., Giantari, I. G. A. K., & Yasa, N. N. K. (2018). Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dengan Kinerja UKM. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(2), 183 - 195. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i2.29>.
- Riduwan., Kuncoro, E. A. (2017). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Alfabeta.
- Setiadi, J. N. (2019). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sutirna, H. (2018). *Inovasi dan Teknologi Pembelajaran*. Deepublish.
- Widiyanti, R. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Industri Roti Di Kopo. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.