

**PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INOVASI PRODUK DAN
KEUNGGULAN BERSAING UMKM MAKANAN DAN
MINUMAN DI SEMPER BARAT**

SKRIPSI

NAUFAL RUSYDY NURFAUZI
20180080042



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NUSA PUTRA
JULI 2022

**PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INOVASI PRODUK DAN
KEUNGGULAN BERSAING UMKM MAKANAN DAN
MINUMAN DI SEMPER BARAT**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Seminar
Skripsi di Program Studi Manajemen*

NAUFAL RUSYDY NUREAUZI
20180080042



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NUSA PUTRA
JULI 2022**

PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INOVASI PRODUK
DAN KEUNGGULAN BERSAING UMKM MAKANAN
DAN MINUMAN DI SEMPER BARAT

NAMA : NAUFAL RUSYDY NURFAUZI

NIM : 20180080042

“Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti- bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Manajemen saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.

Sukabumi, 23 Juli 2022

Library Innovation Unit
LIU

Materai

Naufal Rusydy Nurfauzi

Penulis

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INOVASI PRODUK DAN
KEUNGGULAN BERSAING UMKM MAKANAN DAN
MINUMAN DI SEMPER BARAT

NAMA : NAUFAL RUSYDY NURFAUZI

NIM : 20180080042

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Sidang Skripsi tanggal 23 Juli 2022 Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Manajemen.

Sukabumi, 23 Juli 2022

Dosen Pembimbing I

Yusuf Iskandar, M.M

NIDN. 0415029302



Dosen Pembimbing II


Umar Mansur, M.M.

NIDN. 0402056302

Library Innovation Unit
LIU

Ketua Penguji

Riyan Mirdan Faris, M.Si

NIDN. 0419069402

Ketua Program Studi

Yusuf Iskandar, M.M

NIDN. 0415029302

PLT. Dekan Fakultas Bisnis dan Humaniora

Prof. Dr. Ir. H. Koesmawan, MSc, MBA, DBA

NIDN. 0014075205

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanaahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan dengan keadaan sehat walafiat. Penulis sangat bersyukur bisa menyelesaikan skripsi dalam kurun waktu lima bulan dengan judul “PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRUSAHAAN TERHADAP INOVASI PRODUK DAN KEUNGGULAN BERSAING UMKM MAKANAN DAN MINUMAN DI SEMPER BARAT”. Sebuah karya ilmiah kupersembahkan untuk :

1. Ibu Ariah dan Bapak Zainal Abidin, orang tua yang sangat saya sayangi, terimakasih selalu menjadi alasan bagi saya untuk selalu bangkit dan menjadi penyemangat hidup dari motivasi, serta doa yang selalu mereka panjatkan demi setiap langkah saya. Terimakasih atas segala dukungan moral, material, finansial, yang selalu diberikan hingga akhirnya saya dapat melaksanakan tanggung jawab saya dengan baik dan berhasil menyelesaikan skripsi.
2. Dini Nurahmawati, Ginanjar Rahadian, Evi Munawarman, Rizqi Nur Amaliah, Isep Saepul anwar, Alkhalifi Azka, Nayaka, Zio, Yumna yang sangat saya sayangi terimakasih atas support dan segala pengorbanan, dukungan, tenaga, semangat, serta motivasi yang kalian berikan sangat-sangat berarti bagi saya.

ABSTRAK

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah sebuah kekuatan yang sangat berkontribusi dalam pembangunan ekonomi daerah dan pendapatan masyarakat. Pergerakan UMKM di suatu daerah harus terus berjalan dengan cara memperhatikan pekerbangan dari pelaku UMKM. Keberhasilan suatu usaha untuk dapat bersaing terdapat pada kemampuan dalam berpikir secara strategis dan inovatif dengan cara memperhatikan orientasi pasar, kewirausahaan, inovasi produk serta keunggulan bersaing yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Inovasi Produk dan Keunggulan bersaing pada pelaku UMKM makanan dan minuman di semper barat Jakarta utara. Penelitian ini berdasarkan temuan penurunan pendapatan usaha yang terjadi akibat dari pandemi Covid-19 yang berdampak negative bagi pelaku UMKM di kelurahan Semper Barat, Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara. data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder yang di dapatkan melalui jawaban kuisisioner yang di sebarakan kepada pelaku usaha makanan dan minuman dan data sekunder didapatkan secara tidak langsung melalui perantara dan media. Pengolahan data menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan metode Partial Least Square (PLS) penelitian ini memperoleh hasil yaitu orientasi pasar berpangur positif dan signifikan terhadap inovasi produk, orientasi pasar mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing, inovasi produk dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh orientasi kewirausahaan. orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing. keunggulan bersaing dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh inovasi produk.

kata kunci : orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, inovasi produk, keunggulan bersaing

ABSTRACT

Micro, small and medium enterprises (MSMEs) are a force that greatly contributes to regional economic development and community income. The movement of MSMEs in an area must continue to run by paying attention to the development of MSME actors. The success of a business to be able to compete lies in the ability to think strategically and innovatively by paying attention to market orientation, entrepreneurship, product innovation and high competitive advantage. This study aims to determine the effect of market orientation and entrepreneurial orientation on product innovation and competitive advantage in food and beverage SMEs in Semper Barat, North Jakarta. This research is based on the findings of a decrease in business income that occurred as a result of the Covid-19 pandemic which had a negative impact on MSME actors in the Semper Barat sub-district, Cilincing District, North Jakarta. The data used in this study are primary data and secondary data obtained through questionnaire answers distributed to food and beverage business actors and secondary data obtained indirectly through intermediaries and media. Data processing using Structural Equation Modeling (SEM) analysis using the Partial Least Square (PLS) method. This study obtained the results that market orientation had a positive and significant impact on product innovation, market orientation had a positive but not significant effect on competitive advantage, product innovation was significantly affected positive and significant by entrepreneurial orientation. entrepreneurial orientation has a positive but not significant effect on competitive advantage. competitive advantage is positively and significantly influenced by product innovation.

Keywords: *market orientation, entrepreneurial orientation, product innovation, competitive advantage*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing UMKM Makanan dan Minuman di Semper Barat.

Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang

sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Kurniawan, ST., M.Si., M.M selaku Rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi.
2. Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Putra Sukabumi Bapak Anggy Pradifthia Junfithrana, S.Pd., M.T .
3. Kepala Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi Bapak Yusuf Iskandar, M.M sekaligus pembimbing I yang telah memberikan kontribusi banyak terhadap proses perkembangan.
4. Bapak Umar Mansur, M.M.selaku dosen pembimbing II Universitas Nusa Putra Sukabumi yang bijaksana dalam memberikan arahan selama penyusunan skripsi.
5. Bapak Riyan Mirdan Faris, M.Si selaku Dosen ketua Penguji .
6. Para Dosen Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi.
7. Ibu Ariaah M.A.Pd dan Bapak Zainal Abidin, orang tua yang sangat saya sayangi, terimakasih selalu menjadi alasan bagi saya untuk selalu bangkit dan menjadi penyemangat hidup, serta doa yang selalu mereka panjatkan demi setiap langkah saya. Terimakasih atas segala dukungan moral, material, finansial, yang selalu diberikan hingga akhirnya saya dapat melaksanakan tanggung jawab saya dengan baik dan berhasil menyelesaikan skripsi.
8. Dini Nurahmawati, Ginanjar Rahadian, Evi Munawarman, Rizqi Nur Amaliah, Isep saepul anwar, azka adik, nayaka, zio, dan yumna yang sangat saya sayangi

terimakasih atas support dan segala pengorbanan, dukungan, tenaga, semangat, serta motivasi yang kalian berikan sangat-sangat berarti bagi saya.

9. Cahyadi, Rizki Rama Gumelar, Satria Abidin, Asri Febrianti, Ibing Supriandi, Delia Nurmeil, Reza Agustian, Slamet Eko, Yusuf, Rizal, Hilman, sinta, terimakasih telah atas dukungan semangat, dan ada di kala saya meminta pertolongan.
10. Serta pihak pihak lain yang tidak terucapkan. Terimakasih telah membantu dan mendoakan saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripisi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat kami harapkan demi perbaikan. Amin Yaa Rabbal 'Alamiin.



Sukabumi, 23 Juli 2022



Naufal Rusydy Nurfauzi

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Naufal Rusydy Nurfauzi

NIM : 20180080042

Program Studi : Manajemen

Jenis karya : Tugas Akhir

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty- Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INOVASI PRODUK DAN KEUNGGULAN BERSAING UMKM MAKANAN DAN MINUMAN DI SEMPER BARAT

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta Utara

Pada tanggal : 27 Juli 2022

Yang menyatakan



Naufal Rusydy Nurfauzi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PENULIS.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PRAKATA.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
10.1 Latar Belakang.....	1
10.2 Rumusan Masalah.....	6
10.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
10.3.1	T
ujuan Penelitian.....	6
10.4.....	M
manfaat Penelitian.....	7
10.4.1.....	M
manfaat Teoritis.....	7
10.4.2.....	M
manfaat Praktisi.....	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA, HIPOTESIS PENELITIAN.....	8
2.1 Devinisi Variabel.....	8
2.1.1 Orientasi Pasar	8
2.1.2 Orientasi Kewirausahaan	10
2.1.3 Inovasi Produk.....	13
2.1.4 Keunggulan Bersaing	14
2.2 Hipotesis Penelitian.....	16
2.2.1 Hubungan Orientasi Pasar Terhadap Inovasi Produk.....	16
2.2.2 Hubungan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk ...	17
2.2.3 Hubungan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing.....	17

2.2.4 Hubungan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing	17
2.2.5 Hubungan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing.....	18
2.2.6 Kerangka Penelitian	18
2.3 Penelitian Terdahulu	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Waktu dan Tempat	20
3.1.1 Tempat Riset.....	20
3.1.2 Waktu kegiatan Riset	20
3.1.3 Deskripsi Kegiatan Riset	21
3.2 Jenis dan Teknik Pengumpulan Sampel	21
3.2.1 Jenis Penelitian	21
3.2.2 Metode Pengumpulan Data.....	21
3.2.3 Skala Pengukuran	22
3.2.4 Populasi dan Teknik Pengambilan Sempel.....	22
3.3 Variabel penelitian.....	23
3.4 Definisi Operasional Variabel	24
1. Orientasi Pasar.....	24
2. Orientasi Kewirausahaan	24
3. Inovasi Produk	25
4. Keunggulan bersaing	27
3.5 Metode Analisis Data	28
3.5.1 Analisis Structural Equation Modeling (SEM)	28
3.5.2 Pengujian Outer Model atau Model Pengukuran	28
BAB IV	30
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Karakteristik Responden.....	30
4.1.1 Jenis Kelamin Responden	30
4.1.2 Responden Berdasarkan Umur Usaha.....	31
4.2 Pengujian Outer Model	31
4.2.1 Uji Validitas	33
4.2.2 Discriminant validity	36
4.2.3 Uji reliabilitas	38
4.3 Uji Inner Model (Model Structural)	38
4.3.1 Uji Hipotesis.....	39

4.5 Pembahasan.....	41
4.5.1 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Inovasi Produk.....	41
4.5.2 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing	42
4.5.3 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk.....	43
4.5.4 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan bersaing	44
4.5.5 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing.....	45
BAB V	47
KESIMPULAN DAN SARAN	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran	47
Daftar Pustaka	49
Lampiran	55



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Periode 2017-2018.....	1
Tabel 1.2 Data UMKM Jakarta utara 2022.....	4
Tabel 3.1 penelitian skala likert	22
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur Usaha.....	31
Tabel 4.3 Hasil dari uji outer model (model pengukuran) menunjukkan outer loading/factor loading uji indikator sebelum reduksi.....	34
Tabel 4.4 Hasil dari uji outer model (model pengukuran) menunjukkan outer loading/factor loading uji indikator setelah reduksi.....	35
Tabel 4.5 Hasil dari uji outer model (model pengukuran) menunjukkan average variance extracted (AVE).....	36
Tabel 4.6 hasil dari nilai Cross Loadings antar Variabel	37
Tabel 4.7 korelasi antar konstruk.....	37
Tabel 4.8 Hasil dari uji reliabilitas.....	38
Tabel 4.9 Hasil Nilai R ²	39
Tabel 4.10 Hasil Uji T.....	40



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 peta lokasi.....	20
Gambar 4. 1 Hasil Outer Model (Model Pengukuran) menunjukkan nilai outer loading sebelum reduksi.....	32
Gambar 4.2 Hasil Outer Model(Model Pengukuran) menunjukkan nilai outer loading setelah reduksi.....	33



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah perusahaan produktif milik perorangan atau badan usaha yang memenuhi syarat yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2008. UMKM terbukti telah membantu pertumbuhan ekonomi bangsa dan mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia, menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2018) UMKM berkontribusi signifikan terhadap pengurangan pengangguran. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, dapat dikatakan bahwa UMKM berperan signifikan dalam membantu pertumbuhan ekonomi negara.

Menurut kementerian koperasi UKM mewakili 14% dari total ekspor nonmigas, 60% dari total investasi, 97% dari total tenaga kerja, dan 61% dari PDB nasional. menurut angka tersebut dapat dikatakan UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia (<http://kemenkopukm/go.id>). Jumlah orang yang terserap ke dalam tenaga kerja sebanyak 97,02%. Angka-angka ini menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia semakin berkembang, jika UMKM dikelola dengan lebih baik maka UMKM dapat menopang perekonomian Indonesia menjadi lebih baik.

Menurut data dari website Kompas.com Pelaku UMKM telah memberikan kontribusi 14% dari total ekspor nonmigas, 60% dari total investasi, 97% dari total penyerapan tenaga kerja, dan 61% dari PDB nasional

Tabel 1.1 Data Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Periode 2017-2018

Unit Usaha	Tahun 2017		Tahun 2018	
	Unit	Persentase	Unit	Persentase
Usaha Mikro (UMI)	62.106.900	98,70%	63.350.222	96,68%
Usaha Kecil (UK)	757.090	1,20%	783.132	1,22%
Usaha Menengah (UM)	58.627	0,09%	60.702	0,09%
Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	62.922.617	100%	64.194.057	100%
Usaha Besar (UB)	5.460	0,01%	5.550	0,01%
Total UMKM & UB	62.928.007	100%	64.199.606	100%

Sumber: Kementrian koperasi UKM Republik Indonesia.

Pandemi Covid-19 di Indonesia memberikan dampak negatif terhadap industri makanan dan minuman bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dampaknya berupa penurunan pembelian hingga pelaku usaha terpaksa menutup usahanya. Hal ini disebabkan turunnya daya beli masyarakat akibat maraknya Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) dan pemotongan gaji, serta pelaksanaan belajar, bekerja, dan beribadah yang dilakukan dari rumah.

Pandemi ini juga berdampak pada kebiasaan belanja masyarakat, membuat mereka lebih mengandalkan perusahaan layanan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan menghindari kontak fisik secara langsung. Akibatnya, pelaku UMKM harus beradaptasi dengan baik terhadap dampak pergeseran ini agar usaha dapat bertahan dari perubahan yang terjadi pada pasar. Tahun 2019 merupakan awal masuknya wabah covid-19 yang berakibat pemerintah memberlakukan kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang berdampak langsung pada perekonomian, pandemi Covid-19 berdampak merugikan bagi UMKM. Khususnya bagi para pelaku UMKM yang hanya fokus pada pelibatan konsumen dalam mengelola usahanya. Selain dampak wabah covid-19, permasalahan yang paling umum dihadapi para pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya yaitu persaingan yang ketat antara para pelaku usaha.

Perkembangan UMKM di suatu daerah sangat berpengaruh di beberapa sector terutama pada usaha makanan dan minuman. Persaingan yang semakin ketat membutuhkan banyak pengembangan bagi produsen pelaku UMKM. Tidak hanya menarik, tetapi juga membutuhkan cara untuk membedakannya dari pelaku UMKM lainnya (Yuhertiana et al., 2015). Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah usaha ekonomi produktif yang dijalankan oleh perorangan atau unit usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha tersebut (Hadiyati, 2012). Strategi organisasi mencerminkan respon organisasi jangka pendek dan jangka panjang terhadap ancaman dan tantangan dari peluang (Wardoyo & Veronica, 2013). Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dapat tumbuh dan berkembang, sehingga dapat meningkatkan produknya (Farida et al., 2016).

Menurut Armstrong et al., 2014) Keunggulan bersaing adalah keuntungan yang diperoleh atas pesaing dengan memberikan nilai lebih kepada pelanggan. Keterampilan dan aset yang unik dipandang sebagai sumber daya keunggulan bersaing. Kemampuan untuk mengembangkan produk secara efektif akan membedakan dari industri lain. Pusat industri membutuhkan aset atau sumber daya yang unik untuk mencapai tujuannya. Orientasi pasar sangat vital bagi pusat industri dengan persaingan dan perubahan kebutuhan konsumen untuk membentuk keunggulan bersaing yang kompetitif.

Menurut Chandra 2021 Orientasi pasar merupakan aktivitas atau perilaku manusia yang menunjukkan seberapa baik suatu konsep pemasaran diimplementasikan. Penerapan orientasi pasar yang tepat akan meningkatkan nilai dari sebuah industri. Pusat industri dimanfaatkan sebagai budaya organisasi yang berpusat pada kebutuhan, keinginan, dan harapan pasar. Pusat industri dapat lebih mudah mencapai tujuan yang diinginkan dengan sumber daya yang diberikan jika mereka mengikuti strategi perencanaan pemasaran yang berorientasi pasar.

Selain orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dalam strategi pemasaran sangat penting untuk mencapai keunggulan kompetitif. Orientasi kewirausahaan mengacu pada kapasitas perusahaan untuk mengelola sumber dayanya dalam rangka menerapkan inisiatif kewirausahaan dan memperoleh keunggulan kompetitif (Suci, 2017). sentra industri dengan orientasi kewirausahaan yang kuat akan menjadi lebih inovatif, dengan kemampuan untuk menciptakan kreativitas, ide-ide baru, dan eksperimen yang akan mengarah pada pengembangan produk baru.

Perkembangan zaman yang semakin maju tentu mempengaruhi kebutuhan atau permintaan pada konsumen menjadi berubah, peran pelaku usaha dalam hal ini harus mampu berorientasi pada pasar untuk dapat memahami apa yang menjadi kebutuhan konsumen, serta mampu melakukan inovasi agar dapat bersaing dengan para pelaku usaha lain. persaingan usaha merupakan suatu yang perlu di perhatikan oleh pelaku usaha dengan cara menjaga keunggulan produk agar perusahaan dapat memiliki keunggulan bersaing dengan competitor yang lain. dengan memperhatikan nilai superior bagi konsumen, cultur, dan iklim sebuah perusahaan

dapat melakukan inovasi produk sehingga perusahaan dapat memiliki keunggulan bersaing. Agar perusahaan dapat bertahan dalam persaingan maka sebuah perusahaan harus memiliki keunggulan bersaing, jika tidak maka perusahaan tersebut tidak dapat bertahan lama. menurut Porter & Cunningham, 2004 keunggulan bersaing tidak dapat dipahami tanpa melihat suatu perusahaan secara keseluruhan. Berbagai operasi yang dilakukan perusahaan dalam menciptakan, membuat, memasarkan, mendistribusikan, dan mendukung penjualan memberikan keunggulan kompetitif. Persaingan produk dalam bisnis tidak hanya didasarkan pada kualitas produk, tetapi juga pada metode yang umum digunakan oleh bisnis, seperti orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk.

Para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia, seperti UMKM makanan dan minuman di kelurahan semper barat, kecamatan cilincing, jakarta utara, sedang merasakan panasnya persaingan. UMKM makanan dan minuman berubah dengan Meningkatnya persaingan, kenaikan harga bahan baku, dan penurunan tingkat pembelian hanyalah beberapa di antaranya. penurunan jangkauan pasar, yang memaksa para pelaku usaha di industri ini untuk menjalankan strategi yang tepat seiring dengan perubahan situasi usaha dan lingkungan. UMKM makanan dan minuman harus terus mengupayakan kelangsungan usahanya. Pengembangan UMKM sepenuhnya bergantung pada kemampuan pelaku usaha untuk membangun dan menumbuhkan daya saing yang memungkinkan pelaku usaha untuk bereaksi cepat terhadap keadaan yang berubah.

Jakarta utara dapat dikatakan memiliki jumlah UMKM yang tergolong besar. Salah satu sentra UMKM yang ditonjolkan atau menjadi unggulan di Jakarta utara adalah sentra UMKM makanan dan minuman.

Tabel 1.2 Data UMKM Jakarta utara 2022

Total UMKM	UMKM Makanan & Minuman
197.179	578

Sumber : *Data kementerian koperasi dan usaha kecil dan menengah yang di akses pada situs www.umkm.depkop.go.id pada 13 april 2022*

Industri kuliner terlihat menarik dengan permintaan konsumen yang terus meningkat, yang berarti akan terus memiliki peluang baru. Selain itu, ada banyak jenis inovasi yang dapat dihasilkan dalam industri makanan dan minuman, dan biaya pembuatannya cukup rendah. Hal ini mengakibatkan munculnya UMKM baru atau pengembangan pada produk lama.

Berdasarkan temuan yang dilakukan melalui wawancara dengan pelaku UMKM makanan dan minuman, Bagi pelaku UMKM, kebijakan social distancing dalam membatasi penyebaran virus ini sebenarnya telah mengubah pola bisnis dan perilaku konsumen. Bahkan beberapa UMKM terpaksa membatasi jumlah tamu dan mengurangi jam operasionalnya. Sejak diberlakukannya kebijakan pemerintah PSBB yang melumpuhkan sendi-sendi ekonomi UMKM makanan dan minuman, yang mengakibatkan penurunan pada penjualan. Dengan Situasi atau keadaan yang tidak menguntungkan secara tidak langsung menuntut pelaku usaha untuk memikirkan strategi dan inovasi yang tepat demi kelangsungan pada usaha yang di jalankan. faktanya masih ada pemilik UMKM yang kinerjanya belum efektif di lapangan, sehingga peluang tidak dapat dimanfaatkan dengan baik. Hal ini berdasarkan survei terhadap beberapa pemilik usaha makanan dan minuman yang berlokasi di simpang lima semper barat, kecamatan cilincing, Jakarta utara.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan 10 pelaku usaha, omzet penjualan selama wabah berasal dari transaksi pelanggan yang melakukan pembelian secara langsung. Selain itu, karena fungsi orientasi pasar yang belum sempurna, sehingga masih ada informasi yang belum terekam. Hal ini akan membuat penentuan inovasi menjadi lebih sulit. Dari sisi orientasi pasar yang menyesuaikan dengan kondisi pandemi, beberapa pelaku usaha sudah melakukannya orientasi pasar, sedangkan sisanya belum melakukannya orientasi pasar secara detail, pelaku usaha beranggapan keinginan pelanggan sama saja dan tidak perlu ada perbaikan nilai.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis mengambil judul **PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INOVASI PRODUK DAN KEUNGGULAN BERSAING UMKM MAKANAN DAN MINUMAN DI SEMPER.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, Masalah penelitian akan dirumuskan menjadi pertanyaan penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Apakah Orientasi pasar mempunyai pengaruh terhadap inovasi produk pada UMKM makanan dan minuman di semper Jakarta utara?
2. Apakah Orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh terhadap inovasi produk UMKM makanan dan minuman di semper Jakarta utara?
3. Apakah Orientasi pasar mempunyai pengaruh terhadap keunggulan bersaing UMKM makanan dan minuman di semper Jakarta utara?
4. Apakah Orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh terhadap keunggulan bersaing UMKM makanan dan minuman di semper Jakarta utara?
5. Apakah Inovasi produk mempunyai pengaruh terhadap keunggulan bersaing UMKM makanan dan minuman di semper Jakarta utara?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi produk.
2. Untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi produk.
3. Untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing.
4. Untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing.
5. Untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini semoga dapat menjadi sebuah referensi bagi penelitian yang akan dilakukan atau penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya mengenai orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan keunggulan bersaing.

1.4.2 Manfaat Praktisi

1. Bagi peneliti.

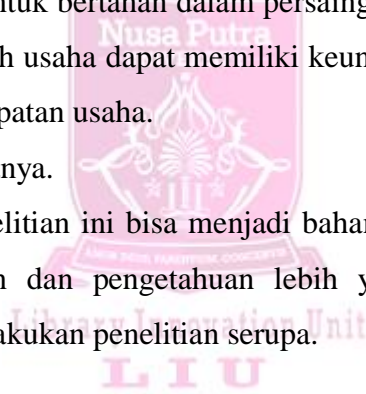
Penelitian ini merupakan salah satu bentuk implementasi ilmu yang telah di pelajari pada masa kuliah, serta menambah wawasan mengenai pentingnya orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan keunggulan bersaing.

2. Bagi UMKM.

Sebagai penelitian ini diharapkan dapat membantu pelaku UMKM memahami strategi yang tepat untuk bertahan dalam persaingan usaha yang semakin ketat. Selain itu agar sebuah usaha dapat memiliki keunggulan kompetitif yang dapat meningkatkan pendapatan usaha.

3. Bagi peneliti selanjutnya.

Dengan adanya Penelitian ini bisa menjadi bahan referensi sebagai informasi, menambah wawasan dan pengetahuan lebih yang berguna untuk peneliti berikutnya yang melakukan penelitian serupa.



Daftar Pustaka

- Abdel-Halim, M. R. E., Crosbie, J., Engledow, A., Windsor, A., Cohen, C. R. G., & Emmanuel, A. V. (2011). Temporary sacral nerve stimulation alters rectal sensory function: a physiological study. *Diseases of the Colon & Rectum*, 54(9), 1134–1140.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles of marketing*. Pearson Australia.
- AZHARA, Y. (2020). *PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA USAHA KECIL MENENGAH DIMEDIASI KEUNGGULAN BERSAING (Studi Kasus Pada Kontruksi Bengkel Las Mahkamah Kota)*.
- Bagaskara, T. Y. (2020). *Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Produk Woodenway*. Universitas Islam Indonesia.
- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2010). *Strategic management and competitive advantage: Concepts*. Prentice hall Englewood Cliffs, NJ.
- Cempakasari, D. A., & Yoestini, Y. (2003). Studi Mengenai Pengembangan Hubungan Jangka Panjang Perusahaan dan Pengecer. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 2(1), 67–84.
- Chandra, Y., Tjiptono, F., & Setyawan, A. (2021). The promise of entrepreneurial passion to advance social entrepreneurship research. *Journal of Business Venturing Insights*, 16, e00270.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75–87.
- Dess, G. G., & Lumpkin, G. T. (2005). The role of entrepreneurial orientation in stimulating effective corporate entrepreneurship. *Academy of Management*

Perspectives, 19(1), 147–156.

Dewi, S. T. (2006). Analisis pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja pemasaran (studi pada Industri Batik di Kota dan Kabupaten Pekalongan). *Universitas Diponegoro*.

Djodjobo, C. V., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha nasi kuning di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3).

Ehmke, C. (2008). Strategies for competitive advantage. *Western Extension Marketing Committee*, 5, 1–8.

Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). Analisis pengaruh bauran pemasaran 7P terhadap kepuasan pelanggan pengguna Gojek online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1(1), 31–40.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*.

Ghozali, I., & Latan, H. (2012). Partial least square: Konsep, teknik dan aplikasi SmartPLS 2.0 M3. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.

Gürbüz, G., & Aykol, S. (2009). Entrepreneurial management, entrepreneurial orientation and Turkish small firm growth. *Management Research News*.

Hadiyati, E. (2012). Kreativitas dan inovasi pengaruhnya terhadap pemasaran kewirausahaan pada usaha kecil. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 1(03), 135–151.

Hair, J. F., Ortinau, D. J., & Harrison, D. E. (2010). *Essentials of marketing research* (Vol. 2). McGraw-Hill/Irwin New York, NY.

Hajar, S., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(10), 6580–6609.

Hatta, I. H. (2015). Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 13(4), 653–661.

- Helia, R., Farida, N., & Prabawani, B. (2015). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Antara (Studi Kasus pada IKM Batik di Kampung Batik Laweyan, Solo). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(4), 281–290.
- Jabeen, R., Alekam, J. M. E., Aldaoud, K. A. M., Mat, N. K. N., Zureigat, B. N. I., Nahi, A. K., & al Junaidi, A. M. F. (2013). Antecedents of firm's performance. Empirical evidence from Yemeni SME's. *American Journal of Economics*, 3(1), 18–22.
- Jarillo, J. C., & Martiánez, J. I. (1990). Different roles for subsidiaries: The case of multinational corporations in Spain. *Strategic Management Journal*, 11(7), 501–512.
- Jaworski, B. J., & Kohli, A. K. (1991). Supervisory feedback: Alternative types and their impact on salespeople's performance and satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 28(2), 190–201.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2006). Marketing management. *Data Status, Belgrade*, 36.
- Kirca, A. H., Jayachandran, S., & Bearden, W. O. (2005). Market orientation: A meta-analytic review and assessment of its antecedents and impact on performance. *Journal of Marketing*, 69(2), 24–41.
- Kohli, A. K., Jaworski, B. J., & Kumar, A. (1993). MARKOR: a measure of market orientation. *Journal of Marketing Research*, 30(4), 467–477.
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S. H., Leong, S. M., Tan, C. T., & Ho-Ming, O. (2012). *Principles of marketing: an Asian perspective*. Pearson/Prentice-Hall.
- Kumar, V., Jones, E., Venkatesan, R., & Leone, R. P. (2011). Is market orientation a source of sustainable competitive advantage or simply the cost of competing? *Journal of Marketing*, 75(1), 16–30.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172.

- Mahmood, R., & Hanafi, N. (2013). Entrepreneurial orientation and business performance of women-owned small and medium enterprises in Malaysia: Competitive advantage as a mediator. *International Journal of Business and Social Science (IJBSS)*, 4(1), 82–90.
- McGrath, R. G., & MacMillan, I. C. (2000). *The entrepreneurial mindset: Strategies for continuously creating opportunity in an age of uncertainty* (Vol. 284). Harvard Business Press.
- Merakati, I., Rusdarti, R., & Wahyono, W. (2017). Pengaruh orientasi pasar, inovasi, orientansi kewirausahaan melalui keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran. *Journal of Economic Education*, 6(2), 114–123.
- Miller, D. (2011). Miller (1983) revisited: A reflection on EO research and some suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5), 873–894.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20–35.
- Porter, A. L., & Cunningham, S. W. (2004). *Tech mining: Exploiting new technologies for competitive advantage*. John Wiley & Sons.
- Porter, M. E. (1996). Competitive advantage, agglomeration economies, and regional policy. *International Regional Science Review*, 19(1–2), 85–90.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 761–787.
- Sari, L. F. (2013). Pengaruh orientasi pasar dan kreativitas terhadap kinerja pemasaran pedagang pakaian jadi di Pasar Kliwon Kabupaten Kudus. *Management Analysis Journal*, 2(1).
- Sirivanh, T., Sukkabot, S., & Sateeraroj, M. (2014). The effect of entrepreneurial orientation and competitive advantage on SMEs' growth: A structural equation modeling study. *International Journal of Business and Social Science*, 5(6).
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di

Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51–58.

Sulaeman, M. (2018). Pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran (studi pada industri tahu di Sentra Industri Tahu Kota Banjar). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 2(1), 154–166.

Suliyanto, S., & Rahab, R. (2012). The role of market orientation and learning orientation in improving innovativeness and performance of small and medium enterprises. *Asian Social Science*, 8(1), 134.

Suparyadi, S. (2003). Membangun Keunggulan Bersaing Industri Kecil Gula Merah Tebu (IKGMT): Kiat Bersaing di Pasar Ekspor. *Jurnal Siasat Bisnis*, 2(8).

Suryana, Y., & Bayu, K. (2012). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses Ed. 2*. Kencana.

Syarifah, I., Mawardi, M. K., & Iqbal, M. (2020). Pengaruh modal manusia terhadap orientasi pasar dan kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(1), 69–96.

Varadarajan, P. R., & Jayachandran, S. (1999). Marketing strategy: an assessment of the state of the field and outlook. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27(2), 120–143.

Wardoyo & Veronica, T. M. (2013). Pengaruh good corporate governance, corporate social responsibility & kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(2), 132–149.

West, J., & Lakhani, K. R. (2008). Getting clear about communities in open innovation. *Industry and Innovation*, 15(2), 223–231.

Wicaksono, G., & Nuvriasari, A. (2012). Meningkatkan kinerja umkm industri kreatif melalui pengembangan kewirausahaan dan orientasi pasar: Kajian pada peran serta wirausaha wanita di kecamatan moyudan, kabupaten sleman, propinsi diy. *Jurnal SosioHumaniora*, 3(4).

Wiklund, J. (1999). The sustainability of the entrepreneurial orientation—

performance relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(1), 37–48.

Yuhertiana, I., Pranoto, S., & Priono, H. (2015). Perilaku disfungsional pada siklus penganggaran pemerintah: Tahap perencanaan anggaran. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia*, 19(1), 25–38.

