

PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI TERHADAP KINERJA USAHA UKM BIDANG KONVEKSI DI JAKARTA BARAT

Tasya Calista Sondra dan Oey Hannes Widjaja

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara

Email: tasyacalista5@gmail.com

Abstract: *This study aims to determine the positive and significant effect of market orientation, entrepreneurial orientation and innovation on the performance of the Convection UKM in West Jakarta. The population of this study is the SME sector of convection which is domiciled in West Jakarta. The sample was selected using convenience sampling method, amounting to 100 respondents. Data processing techniques use structural equation modeling assisted by the SmartPLS 3.2 program. The results of this study are market orientation, entrepreneurial orientation and innovation have a positive and significant effect on the performance of SMEs in the convection sector in West Jakarta.*

Keywords: *Market Orientation, Entrepreneurship Orientation, Innovation, Business Performance.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan inovasi terhadap kinerja usaha UKM Konveksi Di Jakarta Barat. Populasi dari penelitian ini adalah usaha UKM bidang konveksi yang berdomisili di Jakarta Barat. Sampel dipilih menggunakan metode *convenience sampling* yang berjumlah 100 orang responden. Teknik pengolahan data menggunakan structural equation modeling yang dibantu dengan program *SmartPLS 3.2*. Hasil penelitian ini adalah Orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UKM bidang konveksi di Jakarta Barat.

Kata Kunci: Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Kinerja Usaha.

LATAR BELAKANG

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) secara luas juga dikenal sebagai mesin utama pembangunan ekonomi. Hal tersebut dikarenakan lingkungan kewirausahaan saat ini merupakan lingkungan paling dinamis yang pernah dihadapi. Setiap wirausaha berusaha untuk meminimalkan dampak dari perang harga, dorongan efisiensi biaya yang berkelanjutan dan pada saat yang sama berusaha memaksimalkan peluang pasar baru (Masa'deh et al., 2018). Selain itu, tantangan kompetitif baru terus bermunculan dan memaksa UKM untuk memeriksa kembali lingkungan internal mereka untuk meningkatkan kinerja dan mempertahankan keunggulan kompetitif (Almajali et al., 2016). Salah satu UKM yang tetap bertahan saat ini adalah usaha konveksi, dimana industri konveksi merupakan suatu perusahaan tekstil yang menghasilkan pakaian jadi pakaian wanita, pria, anak, pakaian olahraga, maupun pakaian-pakaian partai politik.

Untuk meningkatkan kinerja usaha konveksi tersebut, setiap UKM membutuhkan sebuah strategi, dimana strategi UKM memiliki implikasi besar untuk struktur, aktivitas, investasi,

hubungan dengan pasar dan kinerjanya. Strategi ini dapat membantu UKM memecahkan masalah, menciptakan kapabilitas baru dan meningkatkan kinerja bisnis dengan menyediakan teknik yang memungkinkan UKM untuk mengumpulkan sumber daya tertentu, mengenali peluang untuk menyediakan produk dan layanan yang berharga dan untuk menyampaikan produk tersebut dan layanan untuk keuntungan yang lebih tinggi (Masa'deh et al., 2018). Untuk dapat mencapai tujuan tersebut UKM perlu fokus pada orientasi kewirausahaannya. Hal ini disebabkan karena orientasi kewirausahaan membuka jalan bagi arah strategis UKM guna memantau kegiatannya untuk mencapai kinerja bisnis yang lebih baik (Masa'deh et al., 2018).

Selain orientasi kewirausahaan, untuk meningkatkan kinerja usaha, UKM perlu fokus pada tujuan organisasi yaitu untuk menentukan kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut secara lebih efektif dan efisien daripada persaingan, UKM dapat menerapkan orientasi pasar. Orientasi pasar menekankan pada sejauh mana UKM menetapkan kepuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan sebagai prinsip pengorganisasian perusahaan (Buli, 2017). Orientasi pasar mengarah pada tingkat inovasi yang lebih tinggi dengan memacu tingkat inovasi layanan yang lebih tinggi. UKM dapat menghasilkan ide-ide inovatif dari kesempatan belajar di seluruh organisasi dalam fungsi yang berbeda. Inovasi adalah proses untuk mengubah sebuah peluang menjadi ide yang dapat dipasarkan. UKM dapat memperoleh manfaat yang lebih besar jika mereka mengembangkan, berkomunikasi, merangkul dan mengeksplorasi orientasi inovasi (Udriyah et al., 2019). Untuk itu UKM perlu terlibat dalam inovasi untuk mendapatkan keunggulan bersaing yang lebih baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Jogaratnam (2017) menjelaskan bahwa orientasi kewirausahaan dikonseptualisasikan sebagai konstruksi uni-dimensional dan tiga dimensi yang paling umum dipelajari dari EO adalah *innovativeness*, *proactiveness*, dan *risk-taking*. UKM yang berorientasi kewirausahaan memantau tren pasar dan bertindak cepat untuk berinovasi dan mengeksplorasi peluang yang muncul menjelang persaingan. Mereka juga proaktif dalam memberikan kombinasi produk / layanan baru ke pasar dan mengambil risiko bisnis yang diperhitungkan saat mereka berinovasi dan meremajakan perusahaan untuk mendahului persaingan. Secara bersama-sama, kombinasi dari kemampuan ini memberi mereka keunggulan kompetitif yang diterjemahkan menjadi kinerja keuangan yang superior. Dalam lingkungan yang ditandai dengan perubahan cepat dan pemendekan produk atau siklus hidup bisnis, di mana profitabilitas masa depan berdasarkan operasi saat ini tidak pasti, dan di mana bisnis terus mencari peluang baru.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dalam bidang kewirausahaan. Serta diharapkan dapat merangsang dilakukannya penelitian lain yang lebih mendalam dan terhadap persoalan mengenai pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan inovasi terhadap kinerja usaha. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

- a. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan orientasi pasar terhadap kinerja usaha UKM Konveksi Di Jakarta Barat
- b. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UKM Konveksi Di Jakarta Barat
- c. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan inovasi terhadap kinerja usaha UKM Konveksi Di Jakarta Barat

KAJIAN TEORI

Menurut Beneke et al (2016) Orientasi pasar telah menarik banyak perhatian selama tiga dekade terakhir karena dianggap sebagai dasar untuk praktik pemasaran berkualitas tinggi. Banyak prinsip telah dianggap berasal dari orientasi pasar, termasuk paralel dengan sumber daya, proses pengambilan keputusan, keterlibatan eksekutif dalam keputusan strategis dan

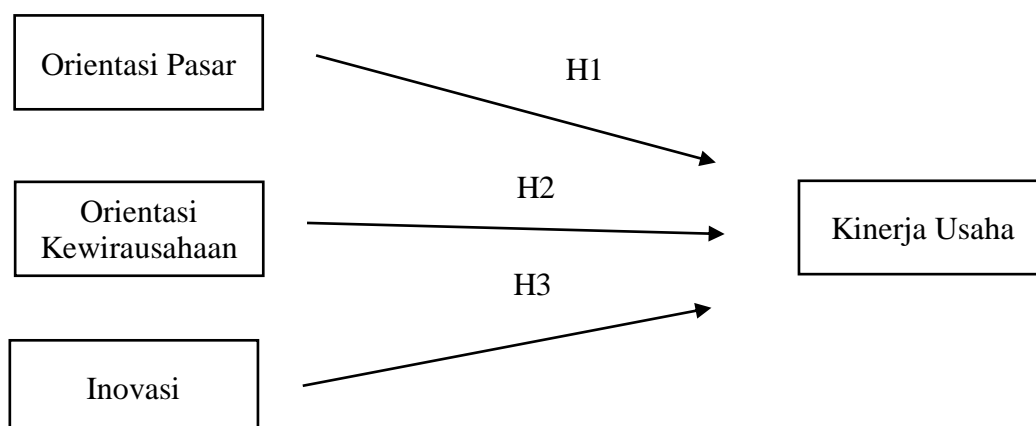
implementasi fokus yang lebih besar pada konsumen. Oleh karena itu orientasi pasar dapat dikatakan memiliki konseptualisasi yang luas, namun fokus utamanya adalah menyelaraskan organisasi dengan prinsip-prinsip pasar. Menurut Mac & Evangelista (2016) Orientasi pasar juga telah lama dipandang sebagai salah satu sumber daya utama yang berkontribusi pada peningkatan kinerja usaha. Ini mewakili budaya organisasi yang memungkinkan perusahaan untuk tetap dekat dan menanggapi kebutuhan pelanggan yang berubah, tindakan pesaing, serta tren pasar yang terus berkembang untuk bertahan hidup.

Menurut Amin, Thurasamy, Aldakhil & Kaswuri (2016) Orientasi kewirausahaan merupakan proses, praktik, dan aktivitas pengambilan keputusan yang mengarah pada pengusaha baru. Ini muncul dari perspektif pilihan strategis bahwa peluang masuk baru akan berhasil dilaksanakan dengan pemberlakuan yang disengaja dan sebagian besar didorong oleh peluang pasar yang belum dieksploitasi. Sebaliknya, pengusaha baru yang berhasil juga dapat dicapai jika hanya beberapa faktor ini yang beroperasi. Dalam definisi ini, mengemukakan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki tiga dimensi; yaitu inovasi, pengambilan risiko dan proaktif. Dari penjelasan tersebut disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan adalah kerangka kerja yang terdapat dalam perusahaan untuk menghadapi sebuah peluang usaha dalam memasuki pasar baru.

Menurut Udriyah et al (2019) Inovasi adalah proses mengubah peluang menjadi ide yang dapat dipasarkan. Hal senada juga dikatakan oleh Turulja & Bajgoric (2018) bahwa inovasi adalah proses yang dimulai dengan ide, dilanjutkan dengan pengembangan penemuan dan menghasilkan pengenalan produk, proses atau layanan baru. Diakui secara luas bahwa perubahan dan inovasi teknologi adalah mesin utama pertumbuhan ekonomi dan terletak di pusat proses persaingan. Inovasi dapat dilihat sebagai sejauh mana organisasi menghasilkan, menerima dan mengimplementasikan ide-ide baru, proses, produk, atau layanan. Organisasi berinovasi karena tekanan dari lingkungan eksternal, seperti persaingan, deregulasi, kelangkaan sumber daya, dan permintaan pelanggan, atau karena pilihan organisasi internal, seperti memperoleh kompetensi yang berbeda, mencapai tingkat yang lebih tinggi dari aspirasi, dan meningkatkan jangkauan dan kualitas layanan (Mahmoud, Blankson, Owusu-Frimpong, Nwankwo & Trang, 2016).

Menurut Cho & Lee (2018) Kinerja usaha dapat didefinisikan sebagai seberapa banyak organisasi mencapai tujuan tersebut. Selain itu, kinerja usaha dapat didefinisikan sebagai seberapa besar organisasi dapat mengatasi faktor lingkungan yang berfluktuasi seperti keuntungan, produktivitas, kepuasan karyawan, tanggung jawab sosial, dan kelangsungan bisnis (Cho & Lee, 2018). Pendapat lain mengatakan bahwa kinerja usaha didefinisikan sebagai kemampuan operasional untuk memuaskan keinginan pemegang saham utama perusahaan, dan harus dinilai untuk mengukur pencapaian organisasi (Udriyah et al., 2019).

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan kerangka pemikiran dengan variabel berikut ini:



METODOLOGI

Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Kuantitatif yaitu kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisis dan penyajian data berdasarkan jumlah atau banyaknya yang dilakukan secara objektif untuk memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis untuk mengembangkan prinsip-prinsip umum (Duli, 2019:3).

Populasi

populasi yang dimaksud disini adalah semua individu yang mendapatkan kuisioner dari peneliti. Dalam kasus ini, populasi yang dimaksud adalah usaha UKM bidang konveksi yang berdomisili di Jakarta Barat.

Teknik Pemilihan Sampel

Untuk menentukan jumlah dari sampel yang digunakan dalam penelitian ini akan digunakan metode *non probability sampling*. Pemilihan *non probability sampling* karena atas dasar availabilitasnya (kesediaan sampel menjadi responden) dan murah serta lebih tepat jika populasi menyebar sangat luas (Sekaran, 2016:135).

Ukuran Sampel

Penarikan sampel pada penelitian ini mengacu pada tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu (terlampir) terlihat bahwa semakin besar taraf kesalahan, maka akan semakin kecil ukuran sampel. Dari tabel juga terlihat bahwa bila jumlah populasi 140, maka jumlah sampel untuk kesalahan 1% = 116; 5% = 100 dan 10% = 92 (Sugiyono, 2015:101). Pada penelitian ini, menggunakan taraf kesalahan 5% artinya peneliti mengambil resiko salah dalam mengambil keputusan untuk menolak hipotesis yang benar sebanyak-banyaknya 5% dan benar dalam mengambil keputusan sedikitnya 95% (tingkat kepercayaan) (Wahyudi, 2017:16), sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Penelitian ini dianalisis secara kuantitatif melalui metode multivariat teknik *Structural Equation Model* (SEM) menggunakan analisis regresi partial (*Partial Least Square/PLS*) untuk menguji ketiga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Masing-masing hipotesis akan dianalisis menggunakan *software SmartPLS 3.2* untuk menguji hubungan antar variabel. SEM merupakan teknik pemodelan berbasis statistika yang digunakan untuk menguji hubungan antara konstruk dan variabel laten yang cenderung membentuk suatu sistem. Ini juga digunakan untuk menganalisis hubungan antara inisiatif perbaikan dan hasil kinerja suatu sistem. SEM terdiri dari seperangkat alat matematika, metode statistik dan algoritma komputer untuk melakukan operasi PLS, analisis jalur, analisis faktor konfirmatori, pemodelan jalur dan pemodelan pertumbuhan laten untuk mendapatkan hubungan antar variabel. Karena keefektifan dan fleksibilitasnya dalam menentukan hasil dari berbagai ketergantungan dalam analisis tunggal, SEM lebih disukai daripada metode statistik lainnya oleh praktisi dan peneliti (Henseler et al., 2016). SEM dapat dipandang sebagai teori yang menyatakan penjelasan dan konsistensi secara statistik yang mencerminkan skenario sebenarnya. SEM menggunakan dua kelas variabel: variabel endogen dan variabel eksogen. Variabel endogen dan eksogen masing-masing sesuai dengan kategori dependen dan independen. SEM mencakup dua jenis model: Model pengukuran dan model Struktural. Model pengukuran menggambarkan fakta yang menentukan bagaimana variabel laten yang diukur mewakili teori yang dinyatakan. Model struktural menggambarkan hubungan antara berbagai konstruksi sistem. Karena SEM menganalisis hubungan kasual antara konstruk dan variabel, itu juga disebut pemodelan kasual (Ruben R et al., 2020).

HASIL ANALISIS DATA

Uji validitas

Berdasarkan hasil loading factors, menunjukkan mayoritas nilai loading factors $\geq 0,5$. Dimana nilai tertinggi terdapat pada variabel OP5 atau Orientasi Pasar dengan nilai 0,932 dan yang terkecil terdapat pada variabel IN1 dan IN8 atau Inovasi dengan nilai 0,721. Dengan masing-masing perolehan nilai yang memenuhi syarat validitas maka dapat dikatakan variabel-variabel indikator diatas valid dan dapat diproses lebih lanjut dalam penelitian ini.

Berdasarkan nilai AVE menunjukkan bahwa pada setiap variabel yang diuji dalam penelitian ini lebih besar dari 0,50. Maka hal ini menunjukkan bahwa nilai AVE memenuhi kriteria dan semua variabel penelitian dinyatakan valid dan dapat diteruskan untuk pengujian selanjutnya. serta perhitungan data lainnya dari nilai *loading factors* serta *cross loading* yang keseluruhannya telah memenuhi syarat, maka uji validitas pada indikator-indikator variabel penelitian telah usai dan dinyatakan valid atau sudah memenuhi kriteria.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil perhitungan, menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha setiap variabel $> 0,7$ dengan rincian; orientasi kewirausahaan (0,890), orientasi pasar (0,845), inovasi (0,909), dan kinerja usaha (0,826). Serta nilai *composite reliability* setiap variabel $> 0,7$ dengan rincian; orientasi kewirausahaan (0,918), orientasi pasar (0,928), inovasi (0,926), serta kinerja usaha (0,896). Dengan demikian dapat disimpulkan data penelitian ini reliabel karena telah memenuhi kriteria yang dibutuhkan

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan hasil perhitungan, menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,330. Yang berarti besarnya pengaruh daripada variabel independen yang dalam hal ini terbagi atas orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, serta inovasi terhadap variabel dependen yakni kinerja usaha ialah sebesar 33%. Dengan demikian dapat dikatakan apabila ketiga variabel independen memiliki pengaruh yang moderate terhadap kinerja usaha. Adapun sisa 67% berasal dari variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

Hasil Uji Pengukuran Q-Square (Q²)

Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan variabel orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, serta inovasi memiliki pengaruh sebesar 0,225 terhadap kinerja usaha. Dengan angka *Q-Square* sebesar 0,225, maka dapat dikatakan variabel independen memiliki pengaruh yang sedang terhadap variabel dependen.

Hasil Uji Kecocokan Model (*Goodness of Fit*)

Dari perhitungan di atas, maka nilai daripada GoF ialah 0,490. Dengan perolehan nilai GoF yang sebesar demikian, maka dapat dikatakan model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kecocokan model penelitian yang besar

Hasil Uji Hipotesis (*Path Coefficient*)

Tabel 1 Hasil *Path Coefficient*

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Inovasi -> Kinerja Usaha	0,262	2,242	0,013
Orientasi Kewirausahaan -> Kinerja Usaha	0,308	2,901	0,002
Orientasi Pasar -> Kinerja Usaha	0,182	1,807	0,036

Sumber: Hasil Olahan SmartPLS (2020)

Berikut penjelasan hasil uji hipotesis:

- a. Berdasarkan hasil uji hipotesis H1 yakni hubungan antara variabel orientasi pasar terhadap variabel kinerja usaha diatas, dapat dikatakan H1 diterima karena orientasi pasar memiliki nilai T Statistik dan P Values yang memenuhi kriteria. Yakni dengan perolehan nilai T Statistik sebesar 1,807 serta nilai P Values sebesar 0,036. Maka dengan data tersebut dapat dikatakan jika variabel orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha Usaha Kecil dan Menengah (UKM) bidang konveksi yang berdomisili di Jakarta Barat.
- b. Berdasarkan hasil uji hipotesis H2 yakni hubungan antara variabel orientasi kewirausahaan terhadap variabel kinerja usaha diatas, dapat dikatakan bilamana H2 diterima karena orientasi kewirausahaan memiliki nilai T Statistik dan P Values yang memenuhi kriteria. Hal ini dikarenakan orientasi kewirausahaan memperoleh nilai T Statistik sebesar 2,901 yang mana batas kriterianya ialah $> 1,64$. Serta nilai P Values sebesar 0,002 yang mana batas kriterianya ialah $< 0,05$. Maka berdasarkan nilai diatas serta pengujian sebelumnya, dapat dikatakan variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha Usaha Kecil dan Menengah (UKM) bidang konveksi yang berdomisili di Jakarta Barat.
- c. Berdasarkan hasil uji hipotesis H3 yakni hubungan antara variabel inovasi terhadap variabel kinerja usaha diatas, dapat dikatakan H3 diterima karena inovasi memiliki nilai T Statistik dan P Values yang memenuhi kriteria. Yakni dengan perolehan nilai T Statistik sebesar 2,242 serta P Values sebesar 0,013. Maka berdasarkan nilai tersebut maka dapat disimpulkan variabel inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha Usaha Kecil dan Menengah (UKM) bidang konveksi yang berdomisili di Jakarta Barat.

DISKUSI

H1: Orientasi Pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha UKM Bidang Konveksi di Jakarta Barat.

Penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Buli (2017) yang meneliti tentang pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha pada UKM di kota Dire Dawa, Ethiopia yang mana menemukan hubungan yang signifikan antar keduanya. Penelitian tersebut juga mengintegrasikan orientasi kewirausahaan dan pasar ke dalam operasi UKM berkontribusi pada kinerja yang unggul, yang pada gilirannya memungkinkan mereka untuk berkembang dalam lingkungan yang kompleks secara kelembagaan dan bergejolak secara ekonomi. Maka itu dapat disimpulkan bilamana orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Udriyah et al. (2019) melakukan penelitian dengan data survei di kota Selangor, Malaysia yang menyatakan orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja usaha. Dari data yang dikumpulkan serta perbandingan dengan penelitian-penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya. Memang dapat dikatakan orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan. Dan mungkin inilah yang juga dirasakan oleh para responden. Orientasi pasar memberi kita wawasan mengenai keadaan pasar, baik dari permintaan konsumen, tujuan perusahaan, tingkat komitmen, keunggulan kompetitif, serta penciptaan nilai sistem dalam perusahaan sendiri. Maka dengan berbagai wawasan yang sudah dimiliki, segalanya kembali kepada bagaimana eksekusi dan implementasinya.

H2: Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha UKM Bidang Konveksi di Jakarta Barat.

Hal ini pun selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Buli (2017) dengan judul, "*Entrepreneurial orientation, market orientation and performance of SMEs in the manufacturing industry (Evidence from Ethiopian enterprises)*", yang mana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan orientasi kewirausahaan yang baik, perusahaan terdorong untuk lebih berani mengambil risiko, berinovasi, dan proaktif dalam menyiapkan strategi untuk melawan pesaing. Sehingga sudah teruji dan dapat dikatakan bilamana orientasi kewirausahaan

berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Adapun penelitian lain yang menemukan hasil yang sama ialah penelitian yang dilakukan oleh Udriyah et al. (2019) dengan judul, *“The Effects Of Market Orientation And Innovation On Competitive Advantage And Business Performance Of Textile SMEs”*. Yang mana dalam penelitian ini juga disampaikan pengaruh yang positif dan signifikan dari orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha. Dalam penelitian tersebut pun dikatakan bahwa para pemilik atau pengelola UKM tekstil dapat meningkatkan dan mensinergikan koordinasi antar fungsi atau antar divisi yang ada di UKM khususnya di divisi pemasaran dan perlu diperhatikan dan perlu ditingkatkan lagi dengan lebih fokus pada pemenuhan keinginan pelanggan, serta menjadikan program pemasaran lebih menarik dari pesaing. Hasil penelitian ini juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Cho & Lee (2018) dengan judul, *“Entrepreneurial Orientation, Entrepreneurial Education And Performance”*. Dimana ditemukan dalam penelitian ini jika variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

H3: Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja usaha UKM Bidang Konveksi di Jakarta Barat.

Hal ini pun selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Udriyah et al. (2019) dengan judul, *“The Effects Of Market Orientation And Innovation On Competitive Advantage And Business Performance Of Textile SMEs”*. Dimana dalam penelitian ini teruji apabila variabel inovasi berpengaruh secara positif terhadap kinerja usaha. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa dalam inovasi produk, inovasi produk baru yang belum pernah ada di pasaran kurang diperhatikan, sehingga pemilik dan pengelola tekstil UKM perlu meningkatkan inovasi tersebut. Meningkatkan variasi produk, membuat produk yang unik dan berbeda dari kompetitor, serta membuat kemasan produk lebih menarik dan juga diperlukan untuk pengembangan produk. Dalam proses inovasi, UKM tekstil perlu meningkatkan inovasi misalnya dengan menggunakan metode dan alat terkini yang lebih efektif dan efisien sehingga dapat meningkatkan produktivitas. Dengan data yang terkumpul serta dukungan penelitian yang relevan diatas. Dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Para UKM bidang konveksi di Jakarta Barat yang menjadi responden pada penelitian ini pun beranggapan demikian. Karena dengan kemampuan dan upaya inovasi yang baik, segala macam kesulitan akan lebih mudah teratasi. Namun segala inovasi itu perlu pengimplementasian yang baik sehingga dapat berjalan sesuai dengan apa yang sudah diekspektasikan. Karena itu mungkin diperlukan variabel-variabel lain yang dapat memediasi inovasi sehingga dapat berpengaruh terhadap kinerja usaha.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dan diuraikan pada bagian sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UKM bidang konveksi di Jakarta Barat.
2. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UKM bidang konveksi di Jakarta Barat.
3. Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UKM bidang konveksi di Jakarta Barat.

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti akan memberikan beberapa saran yang sekiranya dapat bermanfaat dan berguna bagi para pelaku usaha konveksi yang bersangkutan maupun bagi peneliti yang akan meneliti hal serupa di masa mendatang.

1. Orientasi pasar juga terbukti dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Perusahaan harus terus meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga tujuan

perusahaan dapat tercapai. Selain itu perusahaan juga harus tetap memantau tingkat komitmen untuk melayani kebutuhan pelanggan dan menjalankan strategi perusahaan untuk keunggulan kompetitif didasarkan pada pemahaman perusahaan tentang kebutuhan pelanggan serta mendorong keyakinan tentang bagaimana perusahaan dapat menciptakan nilai yang lebih besar bagi pelanggan.

2. Orientasi kewirausahaan terbukti dan teruji dapat berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Perusahaan diharapkan mampu untuk mengambil resiko dan berani mengambil tindakan seperti bertualang ke pasar baru yang tidak diketahui dan melakukan sebagian besar sumber daya untuk usaha dengan hasil / lingkungan yang tidak pasti. Kemudian juga disarankan untuk bersedia dalam mendukung kreativitas dan eksperimen dalam memperkenalkan produk / layanan baru, kebaruan, kepemimpinan teknologi dan R&D dalam mengembangkan proses baru.
3. Inovasi terbukti dan teruji dapat berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Untuk itu perusahaan disarankan untuk selalu berinovasi terkait dengan pengembangan produk dan layanan baru atau lebih baik dan pengenalan yang berhasil ke pasar. Kemudian melibatkan implementasi produksi yang baru atau yang ditingkatkan secara signifikan, metode pengiriman dan proses bisnis lainnya.
4. Diharapkan dari penelitian ini lebih banyak peneliti yang tertarik dengan penelitian dengan topik ini. Peneliti yang akan mengkaji topik yang sama dengan penelitian ini dapat memperdalam penelitian sehingga diperoleh pemahaman yang lebih terhadap topik tersebut. Penambahan faktor lain yang mungkin mempengaruhi keunggulan kompetitif dan kinerja bisnis perlu dicapai untuk melengkapi apa yang sudah ada dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Almajali, D. A., Masa'deh, R., & Tarhini, A. (2016). Antecedents of ERP Systems Implementation Success: a Study on Jordanian Healthcare Sector. *Journal of Enterprise Information Management*, 29(4), 549–565. <https://doi.org/10.1108/JEIM-03-2015-0024>
- Beneke, J., Blampied, S., Dewar, N., & Soriano, L. (2016). The Impact Of Market Orientation And Learning Orientation On Organisational Performance: A Study Of Small And Medium Sized Enterprises In Cape Town, South Africa. *International Journal of Bank Marketing*, 34(5), 623–648.
- Buli, B. M. (2017). Entrepreneurial Orientation, Market Orientation and Performance of SMEs in The Manufacturing Industry: Evidence From Ethiopian Enterprises. *Management Research Review*, 40(3), 292–309. <https://doi.org/10.1108/MRR-07-2016-0173>
- Camelia-Costela, F. G., Zugravu, G. A., Silviu, S., & Constanta, B. M. (2020). Entrepreneurial Management - A Literature Review. *Sustainable Economic Growth, Education Excellence, and Innovation Management through Vision*.
- Cho, Y. H., & Lee, J.-H. (2018). Entrepreneurial Orientation, Entrepreneurial Education and Performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(2), 124–134. <https://doi.org/10.1108/apjie-05-2018-0028>
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Deepublish.
- Gabarret, I., Vedel, B., & Decaillon, J. (2017). A Social Affair: Identifying Motivation Of Social Entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 31(3), 1–16.
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS Path Modeling in New Technology Research: Updated Guidelines. *Industrial Management and Data Systems*, 116(1), 2–20. <https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2015-0382>

- Jogaratnam, G. (2017). The Effect of Market Orientation, Entrepreneurial Orientation and Human Capital on Positional Advantage: Evidence From The Restaurant Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 60, 104–113. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.10.002>
- Mac, L., & Evangelista, F. (2016). The Relative Impact of Market Orientation and Entrepreneurship on Export Performance: Do We Really Know Enough? *Journal of Global Marketing*, 0(0), 1–16. <https://doi.org/10.1080/08911762.2016.1196285>
- Mahmoud, M. A., Blankson, C., Owusu-Frimpong, N., Nwankwo, S., & Trang, T. P. (2016). Market Orientation, Learning Orientation and Business Performance: The Mediating Role of Innovation. *International Journal of Bank Marketing*, 34(5), 1–40. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2015-0057>
- Masa'deh, R., Al-Henzab, J., Tarhini, A., & Obeidat, B. Y. (2018). The Associations Among Market Orientation, Technology Orientation, Entrepreneurial Orientation and Organizational Performance. *Benchmarking An International Journal*, 25(8), 3117–3142. <https://doi.org/10.1108/BIJ-02-2017-0024>
- Ruben R, B., Vinodh, S., & Asokan. (2020). Development of Structural Equation Model For Lean Six Sigma System Incorporated With Sustainability Considerations. *International Journal of Lean Six Sigma*, 11(4), 687–710. <https://doi.org/10.1108/IJLSS-11-2018-0123>
- Sekaran, U. (2016). *Research Methods For Business Buku 2*. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2015). *Statistik Nonparametris Untuk Penelitian*. Penerbit Alfabeta.
- Turulja, L., & Bajgoric, N. (2018). Innovation, Firms' performance and Environmental Turbulence: Is There a Moderator or Mediator? *European Journal of Innovation Management*, 22(1), 213–232. <https://doi.org/10.1108/EJIM-03-2018-0064>
- Udriyah, Tham, J., & Azam, F. S. . (2019). The Effects of Market Orientation and Innovation on Competitive Advantage and Business Performance of Textile SMEs. *Management Science Letters*, 9(9), 1419–1428. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.009>