

**PENGARUH STRATEGI ORIENTASI WIRAUSAHA,
INOVASI PRODUK, ORIENTASI PASAR DAN
KARAKTERISTIK WIRAUSAHAWAN TERHADAP KINERJA
UMKM (STUDI KASUS PADA KOPERASI KREATIF
MANDIRI KOTA PEKALONGAN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

NUR ELISA SILVIANA
NIM. 2013214422

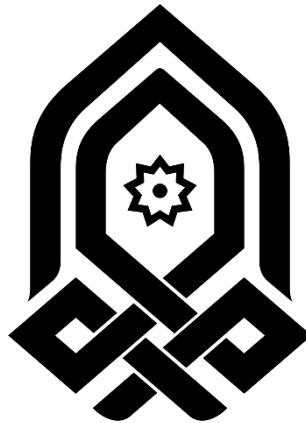
**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN**

2021

**PENGARUH STRATEGI ORIENTASI WIRAUSAHA,
INOVASI PRODUK, ORIENTASI PASAR DAN
KARAKTERISTIK WIRAUSAHAWAN TERHADAP KINERJA
UMKM (STUDI KASUS PADA KOPERASI KREATIF
MANDIRI KOTA PEKALONGAN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

NUR ELISA SILVIANA
NIM. 2013214422

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN**

2021

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Nur Elisa Silviana**
NIM : **2013214422**
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Strategi Orientasi Wirausaha, Inovasi Produk, Orientasi Pasar Dan Karakteristik Wirausahawan Terhadap Kinerja Usaha UMKM”** adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Pekalongan, 10 Juni 2021

Yang Menyatakan,



NUR ELISA SILVIANA
NIM. 2013214422

NOTA PEMBIMBING

Hj. Rinda Asytuti, M.S.I

Jl. KH Zaenal Arifin No. 33 Panggung Tegal

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Nur Elisa Siviana

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Pekalongan

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi saudara:

Nama : Nur Elisa Silviana

NIM : 20131214422

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : **Pengaruh Strategi Orientasi Wirausaha, Inovasi Produk, Oerintasi Pasar Dan Karateristik Wirausaha Terhadap kinerja UMKM (Studi Kasus Pada Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan)**

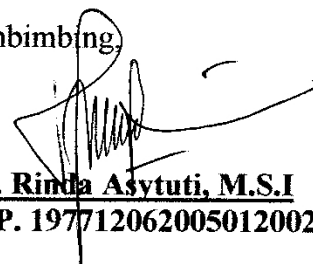
Dengan ini mohon agar Skripsi Saudari tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 10 Juni 2021

Pembimbing,



Hj. Rinda Asytuti, M.S.I

NIP. 197712062005012002



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Pahlawan No.52 Kajen Pekalongan. Tlp. (0285) 412575-412572.Fax. 423418

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : **Nur Elisa Silviana**

NIM : **2013214422**

Judul : **Pengaruh Strategi Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Karakteristik Wirausahawan Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan)**

Telah diujikan pada hari Selasa-Rabu, 13-14 Juli 2021 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I


Dr. AM. M. Hafidz MS, M.Ag
NIP. 197806162003121003

Penguji II


Happy Sista Devy, M.M
NIP. 199310142018012003



Pekalongan, Juli 2021
Disahkan oleh Dekan,
Dr. H. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 197502201999032001

PERSEMBAHAN

Bismillahiahmanirrahim

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran dan kemudahan dalam perjuangan hidup ini. Semoga apa yang telah dilalui senantiasa memberikan manfaat bagi semuanya. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah Subhanahu wa Ta'ala atas karunia dan Raahmat-Nya serta junjungan Nabi Besar Muhammad Shallawahu'alaihi wassalam atas perjuangan menegakkan Ajaran Islam
2. Kedua orang tua saya yang sudah memberikan semangat secara moril maupun materil dan selalu senantiasa mendoakan
3. Saudara laki-laki saya yang senantiasa memberikan semangat dan dorongan kepada saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini
4. Terimakasih kepada Iis Solekhati, Miftakhul Anam Fahuda, Dzil Hijjah sebagai teman terbaik saya yang selalu memotivasi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini
5. Terimakasih kepada keluarga Ashobah yang sudah memberikan semangat untuk menyelesaikan tugas akhir ini
6. Terimakasih untuk semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam segala hal terutama yang berkaitan dengan skripsi ini
7. Terimakasih untuk rekan-rekan seperjuangan Angkatan 2014 yang sangat luar biasa

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, kecuali mereka mengubah keadaan mereka sendiri”

(Q.S Ar Ra'd 11)

“Hanya ada dua pilihan untuk memenangkan kehidupan yaitu: Keberanian atau Keikhlasan. Jika tidak berani ikhlasmah menerimanya, jika tidak ikhlas beranilah mengubahnya”

(Lenang Manggala)

ABSTRAK

Nur Elisa Silviana. 2021. Pengaruh Strategi Orientasi Wirausaha, Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan).

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Populasi ini adalah seluruh anggota Koperasi Kreatif Mandiri. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan menggunakan teknik sampling *accidental* atau sampling jenuh dengan jumlah sampel 86 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi (R^2).

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi orientasi wirausaha secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM dengan nilai signifikansi sebesar $0,029 < 0,05$ dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2,218 > t$ tabel 1.66320. Inovasi produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $4,479 > t$ tabel 1.66320. Orientasi Pasar secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM dengan nilai signifikansi sebesar $0,010 < 0,05$ dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2,646 > t$ tabel 1.66320. Karakteristik Kewirausahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $8,941 > t$ tabel 1.66320. Strategi Orientasi Wirausaha, Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Karakteristik Kewirausahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung 346,877. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,42 sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci : Strategi Orientasi Wirausaha, Inovasi Produk, Orientasi Pasar Karakteristik Kewirausahaan dan Kinerja UMKM.

ABSTRAK

Nur Elisa Silviana. 2021. Influence of Entrepreneurial Orientation Strategy, Product Innovation, Market Orientation and Entrepreneurship Characteristics on THE Performance of MSMEs (Case study on Independent Creative Cooperatives in Pekalongan City).

This research includes field research with quantitative approach. This population is all members of the Independent Creative Cooperative. Sampling techniques using non probability sampling using accidental sampling techniques or saturated sampling with a sample number of 86 respondents. Data collection techniques using questionnaires. Data analysis techniques used include instrument tests, classic assumption tests, multiple linear regression analysis, hypothesis tests and determination coefficient tests (R²).

Based on the results of the study showed that the startegi entrepreneurial orientation partially affects the performance of UMKM with a significance value of $0.029 < 0.05$ and a calculated t count value greater than the table t of $2,218 > t$ table 1.66320. Product innovation partially significantly affects the performance of UMKM with a significance value of $0.000 < 0.05$ and a calculated t count value greater than the table t of $4,479 > t$ table of 1.66320. Market Orientation partially affects the performance of UMKM with a significance value of $0.010 < 0.05$ and a calculated t value greater than the table t of $2.646 > t$ table 1.66320. Entrepreneurship characteristics partially affect the performance of UMKM with a significance value of $0.000 < 0.05$ and a calculated t value greater than the table t of $8,941 > t$ table 1.66320. Entrepreneurial Orientation Strategy, Product Innovation, Market Orientation and Entrepreneurship Characteristics simultaneously have a significant impact on The Performance of UMKM with a significance value of $0.000 < 0.05$ and a calculated f value of 346,877. The coefficient of determination (R²) is 0.42 while the rest is explained by other variables outside of this study.

Keywords: Entrepreneurial Orientation Strategy, Product Innovation, Market Orientation, Karakteristik Entrepreneurship dan UMKM Performance.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "PENGARUH STRATEGI ORIENTASI WIRAUSAHA, INOVASI PRODUK, ORIENTASI PASAR DAN KARAKTERISTIK WIRAUSAHAWAN TERHADAP KINERJA UMKM (STUDI KASUS PADA KOPERASI KREATIF MANDIRI KOTA PEKALONGAN)" sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada program sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah Universitas IAIN Pekalongan.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan Terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Dr. Hj. Shinta Dewi risyawati, S.H, M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Muhammad Aris Safi'i M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
4. Hj. Rinda Asytuti, M.S.I selaku Dosen Pembimbing skripsi yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, dukungan serta saran dalam penyusunan skripsi ini.

5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan beserta staf.
6. Noor Ali Mudlofar, selaku ketua Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan yang sudah berkenan memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian ditempat tersebut
7. Kedua orangtua, Bapak Sukhaeri dan Ibu sugiarti yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun materil, Adik tercinta Moch. Aldi dan seluruh keluarga besar penulis yang tak henti-hentinya memberikan doa serta dukungannya kepada penulis.
8. Seluruh temen-temen reguler sore seangkatan 2014 yang sudah memberikan semangat serta dukungannya kepada penulis

Dengan rendah hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis peroleh sampai saat ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna terciptanya kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun pihak yang berkepentingan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 07 Juni 2021

Peneliti



NUR ELISA SILVIANA
NIM. 2013214422

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Landasan Teori	11
1. Perilaku Konsumen.....	11
2. Strategi Orientasi Wirausaha.....	11
3. Inovasi produk.....	14

4. Orientasi Pasar.....	16
5. Karakteristik Kewirausahaan.....	17
6. Kinerja UMKM.....	18
B. Penelitian Terdahulu.....	20
C. Kerangka Berfikir.....	35
D. Hipotesis.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	41
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	41
1. Jenis Penelitian.....	41
2. Pendekatan Penelitian.....	41
B. Waktu Dan Tempat Penelitian.....	42
C. Variabel Penelitian.....	43
1. Variabel Bebas (Independent Variable).....	43
2. Variabel Terikat (Dependent Variable).....	43
D. Definisi Operasional Variabel.....	44
E. Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	46
F. Sumber Data.....	47
G. Teknik Pengumpulan Data.....	48
1. Wawancara.....	48
2. Kuesioner.....	48
3. Metode Dokumentasi.....	49
4. Analisis Uji Instrument.....	49
5. Uji Asumsi Klasik.....	51
6. Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
7. Analisis Uji Hipotesis.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	57
1. Misi Koperasi Kreatif Mandiri.....	57
2. Visi Koperasi Kreatif Mandiri.....	57
3. Tujuan Koperasi Kreatif Mandiri.....	58
4. Sasaran Koperasi Kreatif Mandiri.....	58

B. Analisis Deskriptif	58
1. Analisis Karakteristik Responden	59
C. Analisis Data.....	62
1. Uji Instrumen	62
2. Uji Asumsi Klasik	68
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
4. Uji Hipotesis	74
D. Pembahasan	78
1. Pengaruh strategi orientasi wirausaha terhadap kinerja UMKMa	78
2. Pengaruh inovasi produk terhadap Kinerja UMKMa	79
3. Pengaruh orientasi pasar terhadap Kinerja UMKMp.....	82
4. Pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM	85
5. Pengaruh strategi OW, IP, OP dan KW terhadap Kinerja UMKM	87
6. Berapa besar pengaruh strategiOW, IP, OPdan KW terhadap UMKM	88
 BAB V PENUTUP	 89
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran.....	91
 DAFTAR PUSTAKA	 94
 LAMPIRAN.....	 I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah hasil Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus sLinguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagaiberikut.

1. Konsonan

Fonem-fonema konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	. S	Es (dengan titik di atas)

ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H .	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	. Z	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	S .	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D .	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T .	Te (dengan titik di bawah)

ظ	Za	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal

Vokal Rangkap

Vokal Panjang

a = أ

a = أ

i = إ

ai = أي

i = إي

u = أُ

au = أو

u = أُو

3. Ta Marbutah

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرعة جميلة ditulis *mar'atunjamilah*

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة ditulis *faatimah*

4. Syaddad (*tasydid, geminasi*)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda Syaddad tersebut.

Contoh:

ر بنا ditulis *rabbanaa*

البر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل	ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البديع	ditulis	<i>al-badi'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalal</i>

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan aspostrof /'/.

Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	Syai'un

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu, 20
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel, 44
Tabel 3.2	Keterangan Skor Skala Likert, 49
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, 59
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia, 60
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir, 61
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Strategi Orientasi Wirausaha, 63
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk, 63
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Orientasi Pasar, 64
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Karakteristik Wirausaha, 67
Tabel 4.8	Hasil Uji Reabilitas Variabel Kinerja, 65
Tabel 4.9	Hasil Uji Reabilitas Variabel Strategi Orientasi Wirausaha, 66
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Inovasi Produk, 66
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Inovasi Pasar, 67
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Karakteristik Kewirausahaan, 67
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kinerja UMKM, 67
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas, 68
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinieritas, 69
Tabel 4.16	Hasil Uji Heteroskedastisitas, 71
Tabel 4.17	Hasil Uji Regresi Linier berganda, 72
Tabel 4.18	Hasil Uji Parsial (Uji t), 75
Tabel 4.19	Hasil Uji Simultan (Uji f), 77
Tabel 4.20	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2), 78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir, 39

Gambar 4.2 Diagram Scatterplot, 70

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian, I
- Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitan, VII
- Lampiran 3 Hasil Output SPSS , XXI
- Lampiran 4 Distribusi Nilai r tabel, XXXVIII
- Lampiran 5 Distribusi Nilai t tabel, XLI
- Lampiran 6 Distribusi Nilai f tabel, XLV
- Lampiran 7 Surat Keterangan Penelitian, XLVIII
- Lampiran 8 Surat Keterangan Perizinan Penelitian, XLIX
- Lampiran 9 Dokumentasi dengan Ketua Koperasi Kreatif Mandiri, L
- Lampiran 10 Dokumentasi dengan Anggota Koperasi Kreatif Mandiri, LI
- Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup, LIII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor yang sudah memberikan peranan signifikan pada perekonomian Indonesia diantaranya adalah Usaha Kecil dan Menengah atau biasa disebut UKM. Baik dalam lingkup daerah maupun nasional UKM memberikan peranan yang cukup penting dalam pergerakan ekonomi. Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang “Pemerintah daerah berwenang luas dalam mengembangkan potensi daerahnya”. Usaha Kecil Menengah (UKM) menjadi potensi disetiap daerahnya.¹

UKM berperan penting dalam restrukturisasi industri, diantaranya dalam kontribusi pertumbuhan lapangan kerja, dalam jangka panjang UKM mampu memberikan lapangan pekerjaan secara signifikan serta menyeluruh. UKM mampu menyediakan perekonomian secara fleksibilitas dalam memenuhi kebutuhan konsumen. UKM mampu meningkatkan daya saing dan mencegah monopoli dari ancaman perusahaan besar yang ada di Indonesia. UKM sebagai wadah untuk mengembangkan kemampuan para wirausahawan, juga sebagai wadah untuk berinovasi.²

¹ Undang-undang No. 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintah Daerah.

² Asian Development Bank, “*Emerging Asian Regionalism: A Partnership For Shared Prosperity*”, (Filipina: Mandaluyong City, 2008) hlm. 1.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sangat membutuhkan perhatian lebih dari masyarakat dan pemerintah supaya mampu berkembang kompetitif. Pemerintah sudah mengeluarkan berbagai kebijakan untuk mendorong UKM agar berkembang namun produksi tetap rendah. Hambatan tersebut karena berbagai macam faktor diantaranya modal, manajemen yang buruk, pemasaran, kemampuan UKM dan teknik produksi yang lemah.³

Mengenai UKM di Pekalongan, pemerintah kota pekalongan sudah melakukan cara agar memajukan UKM, diantaranya sosialisasi yang dilakukan dinas Koperasi dan Usaha Kecil di Pekalongan. Kualitas dan kuantitas produk agar layak di ekspor dan dapat bersaing di era Masyarakat Ekonomi ASEAN maka perlu adanya dorongan dalam meningkatkan usahanya tersebut. Kedepannya diharapkan para pelaku UKM dapat membantu mengembangkan dan memajukan perekonomian daerah dan pemerintah daerah dapat berperan dalam mengembangkan potensi pasar.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di kota Pekalongan dibagi menjadi beberapa sektor diantaranya: sektor usaha laundry, sektor usaha kuliner, sektor usaha kerajinan dan sektor usaha perdagangan dan jasa, sektor usaha konveksi. Dari beberapa sektor tersebut usaha yang akan diteliti oleh peneliti adalah sektor usaha dibidang kuliner dan konveksi.

Para pelaku UKM sering mengabaikan kinerjanya, pelaku UKM sering buka tutup usaha atau mengganti usaha dengan usaha lainnya. Alasan buka tutup

³ Rahardjo Adisasmita, "*Pembangunan Pedesaan dan Perkotaan*", (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010) hlm. 114.

dan bergantinya usaha dikarenakan usaha tersebut mengalami kerugian serta kurangnya kemampuan dalam mengelola suatu usaha. Dengan manajerial dan kegigihan yang bagus diharapkan para pelaku usaha melakukan inovasi yang diharapkan agar masalah tersebut dapat diatasi.⁴

Keberhasilan suatu bisnis tergantung dari kinerja usaha yang dilakukan. Kinerja yaitu sesuatu yang dicapai oleh seseorang secara kuantitas dan kualitas dalam melakukan tugasnya serta bertanggungjawab dalam pekerjaannya ataupun prestasi dari perusahaan dalam periode tertentu⁵, sedangkan menurut Moeheriono kinerja adalah tingkat pencapaian seseorang dalam melakukan suatu kegiatan dalam mewujudkan visi dan misi, tujuan serta sasaran.⁶ Faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan diantaranya: Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia, Karakteristik Wirausahawan, Karakteristik dari Usaha Tersebut dan Strategi Bisnis. Akan tetapi pada penelitian ini peneliti menggabungkan variabel orientasi kewirausahaan, inovasi dan karakteristik wirausahawan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap kinerja usaha.⁷

Orientasi yaitu pengenalan suatu sikap dalam menentukan arah dan pandangan seseorang. Kewirausahaan yaitu ilmu yang mempelajari tentang perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memulai suatu

⁴ Siswanto, "Pengantar Manajemen", (Jambi: Bumi Aksara, 2011) hlm. 84.

⁵ Suci Puji Rahayus, "Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen Dan Strategi Bisnis (Studi Pada Industri Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur)", (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 11 No. 1 2009) hlm. 23.

⁶ Moeheriono, "Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi: Competency Based Human Resource Management", (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009).

⁷ Rita Indah Mustikowati dan Irma Tysari, "Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan", (Jurnal Universitas Kanjuruhan Malang, Vol. 10 No. 1 2014) hlm. 6.

peluang usaha dan resiko yang akan dihadapi.⁸ Menurut Thomas W. Zimmerer, kewirausahaan yaitu peluang untuk memperbaiki kehidupan bisnis dan melakukan suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan. Jadi kewirausahaan yaitu kemampuan seseorang untuk menciptakan sesuatu yang baru (*created new and different*). Pola pikir yang kreatif dan inovatif untuk menciptakan peluang.⁹

Faktor yang mempengaruhi kinerja suatu usaha adalah orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan memiliki peranan yang signifikan dalam suatu kesuksesan bisnis bagi para pengusaha dan bisnis itu dapat berkinerja dengan sehat. Orientasi kewirausahaan dilihat memiliki kemampuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Orientasi kewirausahaan termasuk bagian penting dalam mengembangkan suatu usaha, hal ini dapat dilihat dari bagaimana cara owner dan pengelola usaha tersebut dapat menjalankan usahanya dan menunjukkan sikap yang inovatif, proaktif dan berani mengambil resiko.¹⁰

Faktor yang mempengaruhi kinerja suatu usaha adalah inovasi. Bear dan Frese mengungkapkan bahwa inovasi dapat dimasukkan untuk menilai kinerja perusahaan. Inovasi bisa menjadi nilai tambah untuk suatu produk dan

⁸ Suryana, "*Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide Dan Menciptakan Peluang*", (Jakarta: Salemba Empat, 2013) hlm. 2.

⁹ Thomas W. Zimmer dan Norman M. Scarborough, "*Essentials Of Entrepreneurship And Small Business*", 1996.

¹⁰ Rauch, C.F and Behling, O, "*Functionalism: Basis For Alternate Approach To The Study Of Leadership*", (New York: Pergamon Press, 1984).

menciptakan produk baru yang dapat memberikan solusi baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen.¹¹

Kinerja suatu usaha merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi karakteristik. Kemampuan yang kreatif dan inovatif dalam menciptakan ide-ide baru harus dimiliki oleh seorang wirausahawan. Mimpi seorang pebisnis adalah menciptakan suatu ide yang baru untuk berkreasi dalam menjalankan bisnis-bisnis barunya nanti dan setiap langkah maupun pikiran seorang wirausahawan adalah bisnis. Untuk menciptakan peluang kesuksesan bagi dirinya, perusahaannya dan orang lain seorang wirausahawan harus memiliki ketrampilan dan strategi. Segala sesuatu yang berhubungan dengan kesuksesan wirausahawan yaitu seorang wirausahawan tersebut harus memiliki karakteristik kewirausahawan.

Karakteristik kewirausahaan meliputi karakteristik sosiografis seperti jenis kelamin, pendidikan, umur, serta pengalaman kerja. Kemampuan berwirausaha yang baik maka dapat mendorong tumbuh dan berkembangnya usaha tersebut sesuai dengan rencana yang diharapkan. Pendidikan yang baik, banyaknya pengalaman seseorang dalam menjalankan usaha dan lingkungan yang mendukung maka akan berbanding lurus dengan keberhasilan usaha yang dijalankannya.¹²

¹¹ Markus Bear and Michael Frese, *"Innovation Is Not Enough: Climates For Initiative And Psychological Safety, Process Innovation, And Firm Performance"*, (Journal Of Organizational Behavior, 2003).

¹² Mazzarol T. dkk, *"Factor Enhancing The Effect Of-Word-Of-Mouth On Customer Outcomes"*, (Conference Paper, 2006).

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pengurus Koperasi Kreatif Mandiri bahwa beberapa anggota Koperasi yang merupakan pelaku UMKM sudah banyak melakukan orientasi baik orientasi wirausaha, orientasi pasar, berinovasi produk dan memiliki karakteristik wirausahawan yang sangat baik. Akan tetapi, masih ada juga beberapa anggota Koperasi yang belum melakukan orientasi wirausaha, orientasi pasar, berinovasi produk dan tidak memiliki karakteristik wirausahawan. Hal ini lah yang menjadikan pengurus Koperasi untuk lebih giat lagi untuk merubah dan mengembangkan usahanya dari beberapa anggota tersebut yang notabene juga merupakan pelaku usaha. Peneliti meneliti sebuah Koperasi Kreatif Mandiri dikarenakan, didalam Koperasi tersebut merupakan wadah bagi pelaku usaha / UMKM di Bidang Kuliner, dimana pelaku usaha tersebut diharuskan dan di support untuk memiliki sertifikat halal untuk produk serta pelaku usaha diberikan banyak pengetahuan tentang *moslem customer*. Oleh karena itu, pelaku usaha tersebut dalam proses pengembangan usahanya harus bisa berinovasi produk, berorientasi wirausaha dan pasar.

Bedasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH STRATEGI ORIENTASI WIRAUSAHA, INOVASI PRODUK, ORIENTASI PASAR DAN KARATERISTIK WIRAUSAHAWAN TERHADAP KINERJA UMKM (STUDI KASUS PADA KOPERASI KREATIF MANDIRI KOTA PEKALONGAN)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Strategi Orientasi Wirausaha berpengaruh pada Kinerja UMKM pada Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan?
2. Apakah Inovasi Produk berpengaruh pada Kinerja UMKM pada Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan?
3. Apakah Orientasi Pasar berpengaruh pada Kinerja UMKM pada Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan?
4. Apakah Karakteristik Wirausahawan berpengaruh pada Kinerja UMKM pada Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan?
5. Apakah Strategi Orientasi Wirausaha, Inovasi Produk, Orientasi Pasar Karakteristik Wirausahawan berpengaruh secara simultan pada Kinerja UMKM pada Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan hasil perumusan diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung Strategi Orientasi Wirausaha berpengaruh pada Kinerja UMKM pada Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung Inovasi Produk berpengaruh pada Kinerja UMKM pada Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung Orientasi Pasar berpengaruh pada Kinerja UMKM pada Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung Karakteristik Wirausahawan berpengaruh pada Kinerja UMKM pada Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis Strategi Orientasi Wirausaha, Inovasi Produk, Orientasi Pasar Karakteristik Wirausahawan berpengaruh secara simultan pada Kinerja UMKM pada Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan bagi peneliti dan menambah pengalaman dalam menganalisis persoalan khusus dibidang pemasaran. Selain itu sebagai dasar perbandingan teori yang dapat diterapkan untuk menganalisis permasalahan yang diteliti.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan dasar pertimbangan dalam menentukan kebijakan dan langkah perusahaan. Khususnya di bidang pemasaran mengenai strategi orientasi wirausahawan, inovasi produk, orientasi pasar, dan karakteristik wirausahawan terhadap kinerja UMKM.

3. Bagi pihak luar perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan atau referensi bagi penelitian selanjutnya.

E. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk mempermudah pemahaman pada topik pembahasan, maka akan di deskripsikan dalam sistematika yang terdiri dari lima bab, masing-masing bab memuat sub-sub bab. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari Landasan Teori, Telaah Pustaka, Kerangka Berpikir dan Hipotesis Penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai Pendekatan dan Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, Definisi Operasional Variabel, Populasi, Sampel, Teknik Pengumpulan Data serta Teknik Analisis Data yang terdiri dari Uji Validitas dan Realibilitas, Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang gambaran umum, analisis data dan pembahasan.

Bab ini membahas tentang paparan hasil analisis Data yang terdiri dari Uji Validitas dan Realibilitas, Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis dan pembahasan faktor-faktor yang mempengaruhi stres kerja dan lingkungan kerja terhadap Prestasi Kerja.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab akhir dalam penulisan skripsi yang berisi mengenai kesimpulan dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap penelitian dan pembahasan tentang pengaruh Strategi Orientasi Wirausaha, Inovasi Produk, Orientasi Pasar Dan Karakteristik Wirausahawan Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan), maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Strategi Orientasi Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM Pada Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan.

Berdasarkan hasil uji t variabel Strategi Orientasi Wirausaha (X_1) diperoleh t hitung $2,218 > t$ tabel 1.66320 Selain melihat t_{hitung} , nilai signifikansi pada perhitungan SPSS $(0,029) < probabilitas 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Strategi Orientasi Wirausaha berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM Pada Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan.

2. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM Pada Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan.

Berdasarkan hasil uji t variabel Inovasi Produk (X_2) diperoleh t hitung $4,479 > t$ tabel 1.66320 . Selain melihat t_{hitung} , nilai signifikansi pada perhitungan SPSS $(0,000) < probabilitas 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM Pada Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan.

3. Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM Pada Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan

Berdasarkan hasil uji t variabel Orientasi Pasar (X_3) diperoleh t hitung 2,646 > t tabel 1.66320 . Selain melihat t_{hitung} , nilai signifikansi pada perhitungan SPSS (0,010) < probabilitas 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM Pada Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan

4. Pengaruh Karakteristik Wirausahawan Terhadap Kinerja UMKM Pada Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan.

Berdasarkan hasil uji t variabel Karakteristik Wirausahawan (X_2) diperoleh t hitung 8,941 > t tabel 1.66320 . Selain melihat t_{hitung} , nilai signifikansi pada perhitungan SPSS (0,000) < probabilitas 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Karakteristik Wirausahawan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM Pada Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan.

5. Dari hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel strategi orientasi wiarusaha, inovasi produk, orientasi pasar dan karakteristik wirausahawan, secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM pada Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan, dengan nilai f hitung sebesar 346,877 dan nilai signifikansi sebesar 0,000.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan simpulan yang diperoleh, maka terdapat beberapa saran yang penulis sampaikan antara lain:

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka terdapat beberapa saran yang penulis sampaikan antara lain:

1. Bagi Pihak Koperasi Kreatif Mandiri Kota Pekalongan.
 - a. Berdasarkan simpulan tersebut, maka dapat diajukan saran Koperasi Kreatif Mandiri diharapkan mau memberikan solusi kepada pelaku usaha / UMKM, jika ada masalah-masalah dalam kreativitas produknya, sehingga kinerja pemasaran yang diberikan dapat diselesaikan dengan baik dan dapat menarik konsumen yang lebih banyak
 - b. Berdasarkan tanggapan responden terhadap orientasi pasar bahwa masih ada beberapa nasabah yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini dikarekan meskipun para pengusaha telah melakukan orientasi pasar namun belum dapat meningkatkan target penjualan produk sesuai dengan yang diharapkan. Kospin bisa mencari celah agar dapat menarik minat konsumen dan akhirnya loyal terhadap produk tersebut yaitu dengan meningkatkan pelayanan
 - c. Berdasarkan tanggapan responden terhadap inovasi produk bahwa masih ada beberapa nasabah yang menjawab tidak setuju dan sangat

tidak setuju Kospin harus selalu melakukan inovasi produk, khususnya pada penemuan produk baru, pengembangan, dan duplikasi, karena dapat meningkatkan keunggulan bersaing.

- d. Koperasi Kreatif sebaiknya dapat menyikapi perubahan teknologi dengan baik serta mampu memanfaatkan teknologi untuk memperoleh keunggulan bersaing bagi perusahaan.

2. Bagi penelitian selanjutnya

- a. Koperasi Kreatif sebaiknya dapat menyikapi perubahan teknologi dengan baik serta mampu memanfaatkan teknologi untuk memperoleh keunggulan bersaing bagi perusahaan.
- b. Penelitian ini hanya membahas peran teknologi secara umum dan yang diketahui oleh informan, sehingga untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti teknologi yang lebih spesifik. Penelitian ini juga dapat dilakukan pada industri atau usaha jasa lainnya yang memiliki pesaing yang banyak.
- c. Bagi penelitian mendatang perlu menambahkan variabel lain yang diduga memiliki kaitan dengan Kinerja Pemasaran, seperti Bauran Pemasaran, faktor intelektual pelanggan, dan faktor karakteristik pelanggan lainnya.
- d. Peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya menggali informasi lebih dalam lagi mengenai Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi,

Orientasi Pelanggan dan Inovasi Produk di perusahaan yang akan diteliti sebelum melakukan penelitian.

- e. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan semakin memperluas penelitian dengan melakukan penelitian yang serupa pada tempat atau lokasi yang berbeda, seperti pada lembaga keuangan lainnya

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Aamodt, M. G. (1991). *Applied Industrial/Organizational Psychology*. USA: Wadsworth Incorporation
- Adisasmita, Rahardjo. 2010. *Pembangunan Pedesaan dan Perkotaan*. Yogyakarta: Penerbit Graha ilmu
- Allen, Bem. P. 2003. *Personality Theories: Development, Growth, and Diversity* 4th edition. United States of America : Pearson Education Inc
- Ancok, Djamaludin. 2012. *Psikologi Kepemimpinan & Inovasi*. Jakarta: Erlangga
- Asian Development Bank, 2008, *Emerging Asian Regionalism: A Partnership for Shared Prosperity*, Filipina: Mandaluyong City
- Chandler (2002), *Strategy and Structure: Chapters in the History of American Industrial Enterprise*, Cambridge, MA: The MIT Press
- Cook, Curtis W and Hunsaker, Phillip L. (2001). *Management and Organizational Behavior* 3rd edition. McGraw Hill. New York
- Crider, A.B. 1983. *Psychology*. Scott, Foresman & Company
- Ferreira, Jo-ao and Azevedo, Susana, 2007, *Entrepreneurial Orientation as a Main Resource and Capability on Small Firm's Growth*, MPRA Paper, No. 5682, Posted 09. November 2007
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gronhaug, K. & Kaufmann, G., (1988), *Innovation: A Cross-Disciplinary Perspective*, Oslo, Norway: Norwegian University Press
- Jogiyanto, H.M. 2007. *Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman–Pengalaman*. Yogyakarta: BPF

- Kaplan, Robert, S. and Norton, David, P. 2001. *The Strategy Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies Thrive in the New Business Environment*. Massachusetts: Harvard Business School Press
- Kuncoro, Mudrajad. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, edisi 4. Penerbit PT Erlangga Jakarta
- Likert, Rensis. 1932. "A Technique for the Measurement of Attitudes", *Archives of psychology*
- Mazzarol T., T. Volery, N. Doss, dan V. Thein. 2006. Factor enhancing the effect of word-of-mouth on consumer outcomes. Conference Paper.
- McClelland, D.C. 1987. *Human Motivation*. New York : Cambridge University Press
- Miller, D, P. Friesen, 1984, *Organization: A Quantum View*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall
- Moehariono. (2009). *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi: Competency Based Human Resource Management*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Moorhead, Gregory dan Ricky W. Griffin. 2013. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat
- Rauch, C.F., & Behling, O. 1984. *Functionalism : Basis for alternate approach to the study of leadership*. New York: Pergamon Press
- Santrock (2003) John W. *Adolescence. Perkembangan Remaja*. Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga.
- Sarafino, Edward P. 1990. *Health Psychology*. Singapore: John Willey & Sons
- Siswanto (2011). *Pengantar Manajemen*. Jakarta : Bumi Aksara
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Suryana. 2013. *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat
- Tidd, Joe & Bessant, J., (2009) *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*, 4th Edition, London: John Wiley & Sons Ltd,

- Ulber, Silalahi. 2009. Metode Penelitian Sosial. Bandung: PT. Refika Aditama
- Undang-undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah
- Wade, Carole & Carol Tavris. (2008). Psikologi (Jilid 1). Jakarta: Penerbit Erlangga
- Weiten, W.Lloyd, M.A. 2004. Psychology Applied to Modern Life: Adjustment in the 21st Century (with InfoTrac), 7th Edition. Wadsworth Publishing
- Wiklund, 1999, The Sustainability of the Entrepreneurial Orientation-Performance Relationship, Entrepreneurship Theory and Practice, Baylor University
- Winardi, 2002. Motivasi dan Pemotivasian dalam Manajemen. Jakarta: PT.Grafindo Persada
- Zimbardo, Philip G., (1985) Psychology and life. 12 ed ,Scott Foresman &Company
- Zimmer, T.W. dan Scarborough, N.M., 1996. Essentials of Entrepreneurship and Small Business

2. Jurnal

- Aditya Rachman Prasetyo.2015.Sumber Daya Manusia, Pemanfaatan Teknologi Informasi,Pengendalian Interen Akuntansi dan Good Corporate GovernanceTerhadapKeterandalan Dan Ketepatanwaktuan Pelaporan Keuangan Pemerintah.Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi
- Baer, Markus dan Michael Frese. 2003. Innovation Is Not Enough: Climates For Initiative And Psychological Safety, Process Innovations, And Firm Performance, J. Organiz. Behav. p.24, 45–68.
- Covin, J & D. Slevin, 1989, “Strategic Management of Small Firms in Hostile & Benign Environments”, Strategic Management Journal

- Elvina. 2020. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM. JSHP Vol 4 No 1 Tahun 2020
- Eka Ludiya dan Aam Rachmat Mulyana. 2020. Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Pada UMKM Fashion Di Kota Cimahi. Jurnal JEBI, Kinerja Vol 17 no 1 Tahun 2020
- Halim, Djumilah Hadiwidjojo, Solimun, and Djumahir. 2012. "Kapabilitas Pemasaran sebagai Mediasi Pengaruh Orientasi Pasar Orientasi Pembelajaran dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Usaha Menengah di Sulawesi Tenggara)." *Jurnal Aplikasi Manajemen* 10(3): 472–484
- Kajalo, S. & Lindblom, A., 2013. Market orientation, entrepreneurial orientation and business performance among small retailers. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 43(7).
- Lau, Geok Then and Sook Han Lee. (1999). "Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty". *Journal of Market Focused Management*.
- Laukkanen, T. et al., 2013. The effect of strategic orientations on business performance in SMEs A multigroup analysis comparing Hungary and Finland. *International Marketing Review*, 30(6), pp.510–535.
- Lee D Y and Tsang E W K, 2001, The Effect of Entrepreneurial Personality, Background and Network Activities on Venture Growth, *Journal of Management Studies* 38-4 pp 583-602.
- Lukas, B.A. and Ferrel, O.C. 2000. "The Effect of Market Orientation on Product Innovation". *Journal of The Academy Marketing Science*. No.2 Vol.28. p.239-24
- Maman Sulaeman. 2018. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Tahu Di Sentra Industri Tahu Kota Banjar). *JIABI* Vol 2 no 1 Tahun 2018

- Martin, R. A. & Lefcourt, H. M. 1983. Sense of Humor as a Moderator of Relation Between Stressors and Moods. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol 45, No 6, 1313-1324.
- Mustikowati, Rita Indah. 2014. Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada UKM Sentra Kabupaten Malang) (Jurnal). Malang: Universitas Kanjuruhan
- Murwatiningsih. "Membangun Kapabilitas Bisnis unggul sebagai Strategi untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Empirik Pada UMKM Konveksi Di Jawa Tengah). Program Doktor Ilmu ekonomi Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang 2012
- Narver, John C., and Stanley F. Slater. 1990. "The of Effect Market Orientation on Business Profitability." *Journal of Marketing* 54(4): 20–35
- Rahayu Puji Suci. 2009. Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen dan Strategi Bisnis (Studi pada Industri Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.11 No.1
- Thurasamy, M.A.R., Abdullah Mohamad Aldakhil Aznur & Hafeez Kaswuri, 2015. The effect of market orientation as a mediating variable in the relationship between entrepreneurial orientation and SMEs performance. *Nankai Business Review International*, 7(1).
- Widiya Dewi Anjaningrum dan Agus Purnomo Sidi. 2018. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Kreativitas Produk Terhadap Kinerja Industri Kreatif Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi pada Industri Kreatif yang Tergabung dalam Malang Creative Fusion). *Jurnal Ilmiah Bisnis dan ekonomi Asia* Vol 12 No 2 Tahun 2018
- Yusri Priatin, Djasuro Surya dan Indra Suhendra. Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap kinerja Pemasaran Dengan

Inovasi Produk Sebagai variabel Intervening (Studi Pada Kelompok Usaha Bersama (KUB) gerabah di Desa Bumi Jaya Kecamatan Ciracas. Jurnal JRBM Tirtayasa Vol 1 No 1 Tahun 2017