

SURAT TUGAS

Nomor: 126-R/UNTAR/PENELITIAN/VI/2022

Rektor Universitas Tarumanagara, dengan ini menugaskan kepada saudara:

MEI IE, S.E., M.M.

Untuk melaksanakan kegiatan penelitian/publikasi ilmiah dengan data sebagai berikut:

Judul	:	PERAN ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DALAM MEMPREDIKSI KINERJA DENGAN DIMEDIASI KAPASITAS ABSORPTIF
Nama Media	:	Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis
Penerbit	:	Universitas Tarumanagara
Volume/Tahun	:	Vol. 7 No. 1, April 2023
URL Repository	:	https://journal.untar.ac.id/index.php/jmieb/article/view/23228

Demikian Surat Tugas ini dibuat, untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan melaporkan hasil penugasan tersebut kepada Rektor Universitas Tarumanagara

01 Juni 2023

Rektor



Prof. Dr. Ir. AGUSTINUS PURNA IRAWAN

Print Security : 86bb34b3a572aa1f89820ed242baad8b

Disclaimer: Surat ini dicetak dari Sistem Layanan Informasi Terpadu Universitas Tarumanagara dan dinyatakan sah secara hukum.

Jl. Letjen S. Parman No. 1, Jakarta Barat 11440
P: 021 - 5695 8744 (Humas)
E: humas@untar.ac.id

     [Untar Jakarta](#)

 untar.ac.id

Lembaga

- Pembelajaran
- Kemahasiswaan dan Alumni
- Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat
- Penjaminan Mutu dan Sumber Daya
- Sistem Informasi dan Database

Fakultas

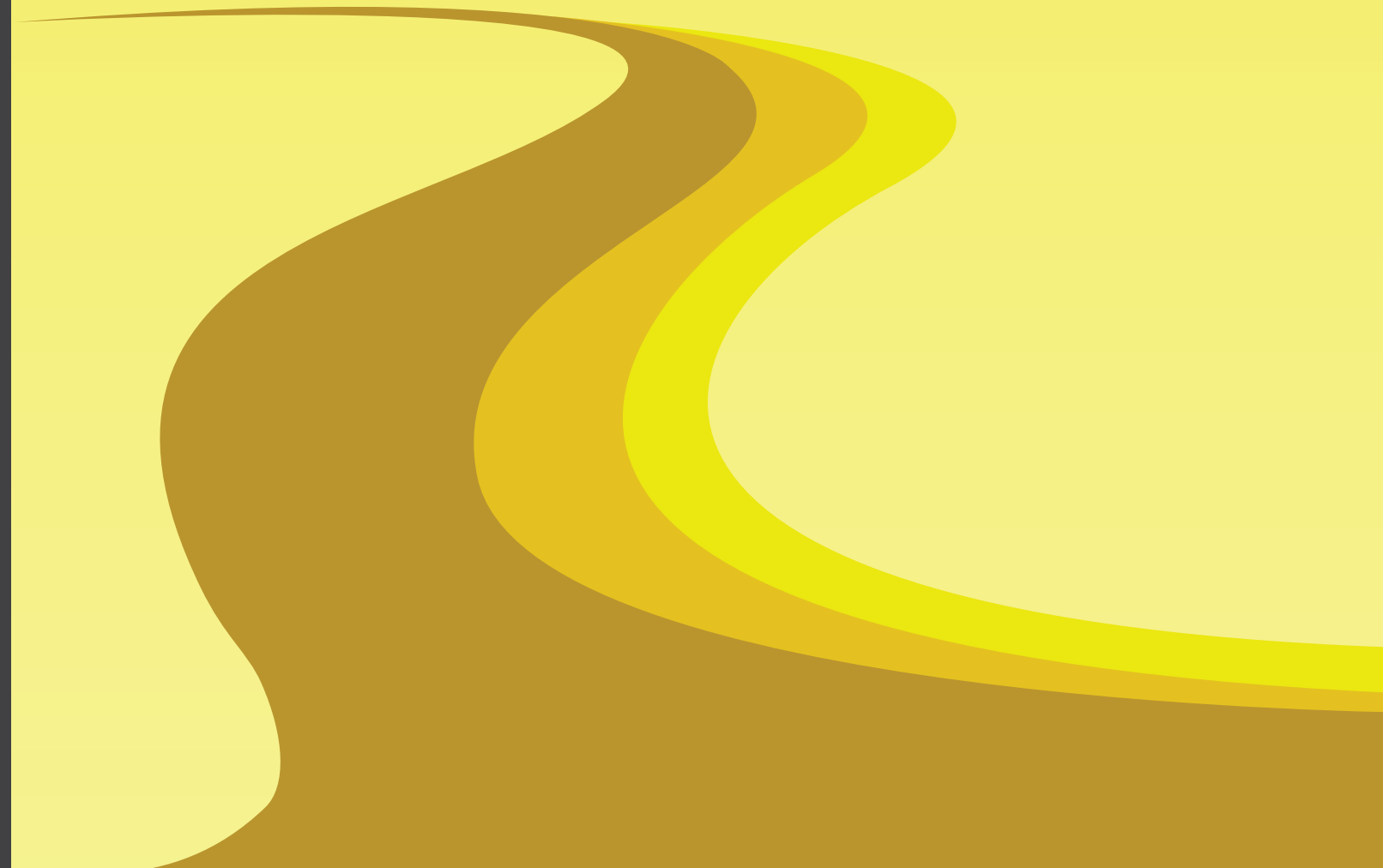
- Ekonomi dan Bisnis
- Hukum
- Teknik
- Kedokteran
- Psikologi
- Teknologi Informasi
- Seni Rupa dan Desain
- Ilmu Komunikasi
- Program Pascasarjana

e-ISSN: 2579-6232
p-ISSN: 2579-6224

Volume 7
Nomor 1
April 2023

Jurnal Muara

Ilmu Ekonomi dan Bisnis



Lembaga Penelitian dan
Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Tarumanagara

JURNAL MUARA

Ilmu Ekonomi dan Bisnis

April 2023

e-ISSN:



p-ISSN:



Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Tarumanagara Kampus 1 Jl. Letjen S. Parman No. 1
Telp : 021-5671747 e. 215 - Jakarta 11440

Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis

Volume 7, Nomor 1, April 2023

Redaksi:

Ketua Editor : Keni

Editor Pendamping : Mei Ie
Wulan Purnama Sari
Hetty Karunia Tunjungsari

Mitra Bestari : Asep Mulyana (Universitas Padjajaran)
Bayu Sutikno (Universitas Gadjah Mada)
Carunia Mulya Firdausy (Universitas Tarumanagara)
Chairy (Universitas Presiden)
Dedhy Sulistiawan (Universitas Surabaya)
Estralita Trisnawati (Universitas Tarumanagara)
Henny Medyawati (Universitas Gunadarma)
Herlin Tunjung Setijaningsih (Universitas Tarumanagara)
Ignatius Roni Setyawan (Universitas Tarumanagara)
Julisar (Universitas Bina Nusantara)
Kussudyarsana (Universitas Muhammadiyah Surakarta)
Masmira Kurniawati (Universitas Airlangga)
Miharni Tjokrosaputro (Universitas Tarumanagara)
Rizal Edy Halim (Universitas Indonesia)
Sabrina Oktaria Sihombing (Universitas Pelita Harapan)
Sarwo Edy Handoyo (Universitas Tarumanagara)
Teddy Oswari (Universitas Gunadarma)
Vita Briliana (Trisakti School of Management)
Yulius Kurnia Susanto (Trisakti School of Management)

Sekretariat : Budi Darmo
Chrestella Patricia Soes

Alamat Redaksi : Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Tarumanagara
Jl. Letjen. S. Parman No. 1
Jakarta 11440
Telp: 021-5671747 Ext. 215
Email: jmieb@untar.ac.id

KATA PENGANTAR

Jurnal Muara diterbitkan dalam rangka mendukung upaya pemerintah Republik Indonesia, khususnya Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi untuk meningkatkan jumlah publikasi ilmiah di tingkat Nasional. Jurnal Muara ini juga dapat menjadi wadah publikasi bagi para peneliti dari dalam maupun luar Untar.

Pada terbitan Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis (JMIEB) Volume 7 Nomor 1 bulan April 2023 yang terbit ini, manuskrip yang masuk melalui *Open Journal Systems* diterima oleh redaksi dan diproses *review* untuk direvisi dan diterbitkan, sehingga hanya artikel yang telah melalui proses tersebut dan dinyatakan layak, yang diterbitkan dalam JMIEB ini.

Penerbitan JMIEB merupakan salah satu dari tiga serangkaian jurnal terbitan Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Tarumanagara dengan fokus kelompok ilmu yang berbeda.

Adapun topik bidang ilmu ekonomi dan bisnis dalam artikel yang terbit dalam JMIEB ini, yaitu: akuntansi, manajemen pemasaran, manajemen keuangan, manajemen sumber daya manusia, dan kewirausahaan.

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung kelancaran penerbitan Jurnal ini. Penghargaan juga kami sampaikan kepada para *Reviewer* yang telah berkenan memberikan masukan yang berharga, memberikan saran perbaikan untuk menjaga kualitas jurnal.

Terima kasih juga kami sampaikan kepada Rektor Universitas Tarumanagara dan Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat untuk dukungan dan fasilitas sehingga JMIEB Volume 7 Nomor 1 ini terbit. Hasil dari kerjasama seluruh tim, akhirnya membuahkan hasil. Pada Tahun 2019, JMIEB ditetapkan sebagai jurnal ilmiah terakreditasi peringkat 4 (empat) oleh Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi. Kami juga berharap melalui akreditasi ini, dapat meningkatkan mutu hasil publikasi dan manajemen pengelolaan jurnal.

Semoga jurnal ini dapat bermanfaat untuk diseminasi dan pengembangan keilmuan bagi peningkatan kualitas para akademisi dan peneliti, serta memperkaya pengetahuan dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis. Secara berkelanjutan, kami selaku Redaksi JMIEB terus berupaya untuk meningkatkan kualitas JMIEB ini untuk kemajuan bersama.

Jakarta, 30 April 2023

Tim Redaksi Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis

DAFTAR ISI

PENGARUH LEARNING CULTURE, TEAMWORK CONTEXT TERHADAP DYNAMIC CAPABILITY DAN DAMPAKNYA TERHADAP TEAM PERFORMANCE DAN INNOVATION PERFORMANCE PADA PT. INDOMAGURO TUNAS UNGGUL Muhammad Luthfi Amien, Justine Tanuwijaya	1-16
PENGARUH BRAND COMPETENCE, BRAND TRUST, BRAND EXPERIENCE, DAN E-WOM TERHADAP BRAND LOYALTY DOMPET DIGITAL Nico Michael Bryan, Keni Keni, Edi Surya Negara, Purnama Dharmawan	17-29
HOW INDONESIAN STREET FOOD STALLS INSPIRE POST-PANDEMIC INDONESIAN TOURISM Vita Briliana, Arton Briyan Prasetyo, Klemens Wedanaji Prasastyo	30-39
ANALYSIS OF THE EFFECT OF GOOD CORPORATE GOVERNANCE AND AUDIT QUALITY OF THE COST OF BANK LOANS IN THE COMPANY LQ-45 INDEX 2016-2021 Nia Sofiana Sofiana, Achmad Hizazi, Netty Herawaty	40-56
THE INFLUENCE OF INTERNAL LOCUS OF CONTROL ON ETHICAL BEHAVIOR WITH WORK-LIFE BALANCE AS MODERATING VARIABLE Ida Ayu Nirma Prameswari, Desak Made Mya Yudia Sari	57-67
PENGARUH RELATIVE ADVANTAGE DAN PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP ATTITUDE DENGAN TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI Sri Wulandari, Keni Keni, Ai Ping Teoh	68-79
PENGARUH MOTIVASI KERJA, STRES KERJA DAN PERILAKU KEWARGAAN ORGANISASIONAL TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PADA SALAH SATU PERUSAHAAN Verson Yunardi, Mei Ie	80-91
MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG UNTUK BERKUNJUNG KEMBALI KE SENTRA KULINER PASAR LAMA TANGERANG SEBAGAI DUKUNGAN TERHADAP PEREKONOMIAN UMKM Jeffry Sakya Wijaya, Lydiawati Soelaiman	92-101
ANALISA MEDIA SOSIAL DAN KOMUNIKASI PROMOSI PADA PEMENGARUH MAKRO DI MEDIA SOSIAL Wulan Purnama Sari, Septia Winduwati	102-113
A DIGITAL LEADERSHIP STYLE ON EMPLOYEE COHESIVENESS IN SERVICE SECTOR AT PANDEMIC ERA Andreas Wijaya, Sophia Reni Susilo, Lelly Christin, Valencia Valencia, Steven Jonathan Salim, Maria Angeline, Catherine Vondrea	114-125

THE EFFECT OF THE GLOBAL STOCK EXCHANGE INDEX ON THE INDONESIA COMPOSITE INDEX (ICI) IN THE INDONESIA STOCK EXCHANGE FOR 2016-2021 PERIOD Kevin Santoso, Tannia Tannia, Elkunny Dovir Siratan, Anastasia Erdina Renaganis, Jessie Jessie, Handoko Handoko	126-139
THE ANALYSIS OF HIGHEST PAYING DIVIDEND COMPANIES STOCK RETURNS VOLATILITY IN INDONESIA Ariesta Tika Kinanti Pangestu Putri, Hilary Flora Agustina Tulli Lasar, Regi Muzio Ponziani	140-149
NEGATIVE PUBLIC TRUST ON POLITICAL CONNECTION: TESTING ON THE EFFECT OF ACCOUNTING CONSERVATISM ON EARNINGS QUALITY Astrid Rudyanto, Julisar, Debora	150-160
PERAN ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DALAM MEMPREDIKSI KINERJA DENGAN DIMEDIASI KAPASITAS ABSORPTIF Zoelyn W, Mei Ie	161-175
PENGARUH INSENTIF TERHADAP PENINGKATAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH DAN DAMPAKNYA PADA PENGEMBANGAN KARIER DOSEN Muji Gunarto, Imam Al Haddy	176-186
STUDI TENTANG FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI CONSUMPTIVE BEHAVIOR PADA KOLEKTOR MERCHANDISE K-POP Michelle Britney Attan, Khairina Natsir	187-201
PENGARUH PEMASARAN PENGALAMAN TERHADAP LOYALITAS MEREK BOBA TEA TAIWAN: MEDIASI CITRA MEREK DAN KEPUASAN PELANGGAN DI JAKARTA Anastasia Audrey, Frangky Selamat	202-214
EFEK WORK CLIMATE DAN SUBJECTIVE WELL BEING PADA JOB PERFORMANCE GURU SD WANITA SAAT WFH Sylvia Diana Purba, Dyona Christy	215-224
PERAN KECINTAAN MEREK TERHADAP PERILAKU KONSUMEN YANG DIPENGARUHI OLEH PENGALAMAN MEREK ONLINE TV STREAMING SERVICE Lau Fannylian, Miharni Tjokrosaputro	225-238
PERAN KEPERCAYAAN DAN SIKAP SEBAGAI MEDIATOR ANTARA EDUKASI DAN NIAT PENGGUNAAN HYPNO-SLIMMING Francis Kristiawan Budihardjo, Cokki	239-254

SERTIFIKAT

Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi
Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia



Kutipan dari Keputusan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi
Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia

Nomor 105/E/KPT/2022

Peringkat Akreditasi Jurnal Ilmiah Periode 1 Tahun 2022

Nama Jurnal Ilmiah

Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis

E-ISSN: 25796232

Penerbit: Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Tarumanagara

Ditetapkan Sebagai Jurnal Ilmiah

TERAKREDITASI PERINGKAT 3

Akreditasi Berlaku selama 5 (lima) Tahun, yaitu
Volume 5 Nomor 2 Tahun 2021 Sampai Volume 10 Nomor 1 Tahun 2026

Jakarta, 07 April 2022

Plt. Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi,
Riset, dan Teknologi



Balai
Sertifikasi
Elektronik

Catatan :

1. UU ITE No 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah"
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSr-E

Prof. Ir. Nizam, M.Sc., DIC, Ph.D., IPU, ASEAN Eng
NIP. 196107061987101001

PERAN ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DALAM MEMPREDIKSI KINERJA DENGAN DIMEDIASI KAPASITAS ABSORPTIF

Zoelyn W¹, Mei Ie^{2*}

¹Jurusan Manajemen, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: zoelyn.115190091@stu.untar.ac.id

² Jurusan Manajemen, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: meii@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk : 06-03-2023, revisi: 14-04-2023, diterima untuk diterbitkan : 16-04-2023

ABSTRAK

Orientasi pasar diartikan sebagai kemampuan individu dalam memahami pelanggan dan menghadapi pesaing. Orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan individu dalam berinovasi, bertindak proaktif dan mengambil risiko. Kapasitas absorptif merupakan kemampuan individu dalam mengidentifikasi hal baru dan menerapkan ke dalam usaha. Kinerja UKM merupakan kualitas layanan yang diberikan usaha untuk mencapai keunggulan kompetitif. Penelitian ini diadakan dengan tujuan agar mengetahui kontribusi pada orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM dan efek mediasi kapasitas absorptif. Penyebaran kuesioner dilakukan oleh peneliti secara online kepada 100 anggota yang berperan menjadi pelaku UKM bidang kuliner di Jakarta Barat. Teknik mengambil sampel menggunakan *non-probability sampling* yang berpendekatan *purposive sampling*. PLS-SEM menjadi metode yang dipakai untuk melakukan analisis data yang menggunakan *software* SmartPLS versi 3.3.9 untuk mengukur tingkat signifikansinya. Penelitian ini menghasilkan orientasi pasar berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja UKM. Orientasi kewirausahaan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan kepada kinerja UKM. Kapasitas absorptif memberikan dampak positif secara signifikan kepada kinerja UKM. Kapasitas absorptif memediasi dengan positif secara signifikan dampak orientasi pasar kepada kinerja UKM. Kapasitas absorptif memediasi dengan positif secara signifikan dampak orientasi kewirausahaan kepada kinerja UKM. Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapasitas absorptif. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapasitas absorptif.

Kata Kunci: Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Kapasitas Absorptif, Kinerja.

ABSTRACT

Market orientation is defined as an individual's ability to understand customers and face competitors. Entrepreneurial orientation is an individual's ability to innovate, act proactively and take risks. Absorption capacity is an individual's ability to identify new things and implement them into business. SME performance is the quality of services provided by businesses to achieve competitive advantage. This research was conducted with the aim of knowing the contribution of market orientation and entrepreneurial orientation to the performance of SMEs and the mediating effect of absorptive capacity. Questionnaires were distributed by researchers online to 100 members who played the role of culinary SMEs in West Jakarta. The sampling technique uses non-probability sampling with a purposive sampling approach. PLS-SEM is the method used to perform data analysis using SmartPLS version 3.3.9 software to measure its significance level. This research resulted in market orientation having a positive but not significant effect on the performance of SMEs. Entrepreneurial orientation has a positive and significant influence on the performance of SMEs. Absorption capacity has a significant positive impact on SME performance. Absorption capacity mediates a significantly positive impact of market orientation on SME performance. The absorptive capacity mediates the positive and significant impact of entrepreneurial orientation on SME performance. Market orientation has a positive and significant effect on absorptive capacity. Entrepreneurial orientation has a positive and significant effect on absorptive capacity.

Keywords: Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, Absorptive Capacity, Performance.

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kinerja UKM perlu untuk menjadi perhatian setiap pelaku usaha. UKM berperan sebagai penopang ekonomi di Indonesia waktu krisis moneter di tahun 1998. UKM memiliki kekuatan yang baik saat menghadapi krisis moneter tersebut, yang juga berperan sebagai penjaga stabilitas tenaga kerja menjadi tidak menganggur (www.jatengprov.com, 2018). Gischa dan Nailufar (2019) menyatakan bahwa krisis moneter merupakan krisis keuangan suatu Negara. Oleh karena itu diperlukan adanya kesadaran pelaku UKM untuk terus mempertahankan kinerja usaha mereka agar dapat berkelanjutan yang berkontribusi pada perekonomian Indonesia. Pangesti (2022) menyatakan bahwa UKM adalah dukungan utama saat krisis moneter. UKM juga mendorong masyarakat untuk berkreaitivitas secara maksimal dan juga mengajari masyarakat untuk bertahan di situasi yang tidak pasti. Peran UKM lainnya adalah berkontribusi dalam penyerapan karyawan, yang berdampak kurangnya tingkat orang yang menganggur di Indonesia. Hal tersebut menjadikan keberadaan UKM menjadi krusial karena memiliki elemen padat karya dan menjadikan masyarakat produktif.

Javier (2022) menyatakan bahwa berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) menjelaskan jumlah orang yang sedang menganggur di Indonesia periode Februari 2022 sejumlah 8,40 juta orang. Persentase Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) periode Februari tahun 2022 berpersentase total 5,83% dari total orang yang berusia kerja yakni dengan total 208,54 juta orang. Perlunya usaha nyata untuk mengurangi angka pengangguran tersebut adalah penyediaan lapangan kerja baru. UKM dapat menjadi wadah bagi masyarakat yang menganggur atau sedang mencari pekerjaan yang layak. Maka diperlukan kesadaran masyarakat untuk berwirausaha diperlukan untuk memaksimalkan kinerja usaha dengan melakukan ekspansi usaha, yakni seperti membuka cabang-cabang yang dapat menyediakan lapangan pekerjaan yang semakin meluas. Hardum (2021) menyatakan bahwa UKM kuliner adalah UKM yang paling cepat pulih pasca Covid-19. Hal tersebut dijelaskan oleh KEMENKOP pada waktu diadakan acara *Grand Launching* “Rich Creme” Whip Crème Powder PT Lautan Natural Krimerindo (LNK) secara online.

Agmasari (2021) menyatakan bahwa menurut KEMENPAREKRAF, UKM kuliner diketahui sebagai contributor yang cukup besar bagi PDB ekonomi kreatif Indonesia. Data dari KEMENPAREKRAF menyatakan sektor UKM kuliner berkontribusi sebanyak Rp 455,44 triliun yang merupakan 41% dari total PDB ekonomi kreatif keseluruhan yang sebesar Rp 1.134 triliun pada tahun 2020 yang mampu menyerap karyawan berjumlah 9,5 juta orang. Hal ini menyatakan perlunya kehadiran pelaku UKM bidang kuliner di Indonesia. Kinerja UKM dapat dimaksimalkan dengan cara ekspansi usaha yang dapat dilakukan dengan cara membuka banyak cabang-cabang baru sehingga berpotensi menyerap tenaga kerja lebih banyak. Ada beberapa faktor yang dianggap dapat memaksimalkan kinerja UKM, yakni dengan memaksimalkan orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan, dan juga kapasitas absorptif. Orientasi pasar menjadi krusial karena memberikan dampak untuk meningkatkan kinerja usaha (Abbas, 2018). Perusahaan yang menguasai kemampuan orientasi pasar akan menerapkan diferensiasi dari strategi pesaing untuk memberikan pelayanan yang lebih memuaskan kepada konsumen yang dapat menciptakan nilai tambah (Abbas, 2018). Orientasi pasar juga diartikan sebagai kemampuan usaha untuk menyerap strategi pesaing yang diterapkan kepada perusahaan untuk melayani pelanggan (Abbas, 2018).

Slamet *et al.* (2018) menjelaskan berwirausaha adalah pelaku yang memiliki jiwa dan menggunakan keahlian untuk memulai usaha sebagai solusi pemecahan berbagai masalah yang ada di lingkungannya. Orientasi kewirausahaan juga memberikan dampak yang krusial sebagai contributor kinerja usaha (Abbas, 2018). Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses yang

dilakukan pelaku usaha dalam mengembangkan strategi-strategi yang mendukung eksplorasi peluang pada pasar (Ali *et al.*, 2020). Perusahaan yang fokus pada kegiatan eksplorasi, yang mengarah pada proses berorientasi kewirausahaan tingkat tinggi, mahir yang diterapkan pada perusahaan, akan menciptakan bentuk organisasi baru, menata ulang pasar untuk keuntungannya dan memperkuat posisi kompetitif perusahaan (Ali *et al.*, 2020). Penelitian tersebut menjelaskan jika pelaku UKM memiliki daya inovasi, tindakan proaktif dan pengambilan risiko yang semakin baik akan menjadikan perusahaan berkeunggulan kompetitif yang dapat menghasilkan kinerja yang tinggi (Ali *et al.*, 2020).

Kapasitas absorptif memainkan peranan penting dalam peningkatan kinerja UKM. Vincent dan Zakkariya (2021) menyatakan bahwa kapasitas absorptif mengacu pada kemampuan pelaku usaha untuk mengeksplorasi, memahami, mengubah, dan mengasimilasi pengetahuan yang diperoleh dari sumber eksternal. kapasitas absorptif dilihat dari tiga indikator, yakni: Pembelajaran eksplorasi, pembelajaran transformatif, dan pembelajaran eksploitasi (Vincent & Zakkariya, 2021). Oleh karena itu, kapasitas absorptif diketahui sebagai cara perusahaan dalam mengidentifikasi dan memperoleh pengetahuan eksternal yang dapat meningkatkan kinerja usaha (Vincent & Zakkariya, 2021). Buli (2017) yang meneliti 171 pelaku UKM di Ethiopia, menyatakan bahwa orientasi pasar yang terus ditingkatkan dapat memberikan kontribusi pada kinerja usaha yang unggul. Penelitian tersebut juga membahas terkait indikator dari orientasi kewirausahaan, yakni: Pengambilan risiko, tindakan proaktif, agresivitas kompetitif dan otonomi masing-masing memberikan kontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha (Buli, 2017). Penelitian yang dilakukan Buli (2017) menjelaskan bahwa orientasi pasar sebagai contributor terkuat dalam meningkatkan kinerja usaha. Meskipun demikian, orientasi pasar tidak sepenuhnya memberikan kontribusi penuh dalam meningkatkan kinerja UKM.

Penelitian selanjutnya yang diutarakan Fan *et al.* (2021) terhadap 423 pemilik maupun manajer yang terdaftar dalam otoritas pengembangan UKM di Pakistan, menjelaskan orientasi kewirausahaan sebagai kontributor positif terhadap kinerja usaha. Pada penelitian tersebut dinyatakan bahwa orientasi kewirausahaan memberikan dampak peningkatan yang relatif kecil terhadap kinerja usaha (Fan *et al.*, 2021). Ali *et al.* (2020) menjelaskan tidak signifikannya dampak orientasi pasar pada kinerja usaha. Kemudian Khan dan Bashir (2020) menemukan tidak signifikannya orientasi kewirausahaan kepada kinerja usaha. Hal ini menjadi *research gap* yang perlu menjadi perhatian. Variabel kapasitas absorptif dijadikan sebagai mediasi pada penelitian ini. Studi yang dilaksanakan perlines (2019) menjelaskan bahwa kapasitas absorptif menjadi mediasi pada orientasi pasar terhadap kinerja usaha dan kapasitas absorptif menjadi mediasi pada orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha. Penelitian tersebut, dinyatakan bahwa kapasitas absorptif memediasi parsial dampak orientasi pasar kepada kinerja usaha. Kapasitas absorptif memediasi secara penuh orientasi kewirausahaan kepada kinerja usaha, karena pada penelitian Purwianti (2019) menjelaskan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha. Perlines *et al.* (2017) juga menjelaskan tidak signifikannya orientasi kewirausahaan kepada kinerja usaha. Kehadiran kapasitas absorptif membuat orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha. Hal ini menyatakan kapasitas absorptif memediasi secara penuh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha. Kharabsheh *et al.* (2017) menemukan bahwa kapasitas absorptif memediasi secara parsial orientasi pasar terhadap kinerja usaha. Kemudian kapasitas absorptif memediasi secara parsial orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha.

Adanya permasalahan tersebut, maka adanya keinginan peneliti untuk meneliti topik tersebut dengan skripsi yang diberi judul **“Peran Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan dalam memprediksi Kinerja dengan dimediasi Kapasitas Absorptif”**

Rumusan Masalah

Adanya sebuah latar belakang, identifikasi, serta adanya sebuah batasan dari permasalahan, timbulah lima poin pada rumusan masalah, sebagai berikut ini:

- a. Apakah orientasi pasar berdampak pada kinerja UKM?
- b. Apakah orientasi kewirausahaan berdampak pada kinerja UKM?
- c. Apakah kapasitas absorptif berdampak pada kinerja UKM?
- d. Apakah kapasitas absorptif memediasi pengaruh orientasi pasar pada kinerja UKM?
- e. Apakah kapasitas absorptif memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan pada kinerja UKM?
- f. Apakah orientasi pasar berdampak pada kapasitas absorptif UKM?
- g. Apakah orientasi kewirausahaan berdampak pada kapasitas absorptif UKM?

Kajian Pustaka

Kinerja UKM

Fan *et al.* (2021) mendefinisikan kinerja usaha adalah upaya perusahaan untuk meningkatkan hubungan pelanggan, kualitas layanan, keterlibatan pelanggan yang meningkatkan visibilitas dan reputasi perusahaan. Menurut Vincent dan Zakkariya (2021) mendefinisikan kinerja usaha adalah perusahaan yang memanfaatkan karakteristik unik dari berbagai sumber daya dan kemampuan perusahaan untuk dikembangkan agar mencapai keunggulan kompetitif. Kharabsheh *et al.* (2017) mendefinisikan kinerja usaha kemampuan perusahaan untuk mempertahankan pelanggan, keberhasilan penciptaan produk, memaksimalkan pertumbuhan penjualan dan bekerja secara efektif untuk mencapai tujuan. Dushi *et al.* (2019) mengungkapkan bahwa terdapat tiga indikator untuk mengukur kinerja UKM, yakni: penjualan dan pangsa pasar, margin keuntungan bersih penghasilan, dan *personal branding*.

Orientasi Pasar

Ali *et al.* (2020) mendefinisikan orientasi pasar adalah generalisasi pasar oleh perusahaan dengan prioritas melayani kebutuhan pelanggan saat ini maupun di masa depan. Lekmat *et al.* (2018) mendefinisikan orientasi pasar adalah kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai pelanggan berdasarkan kecerdasan pelanggan dan pesaing. Ali *et al.* (2020) mengungkapkan bahwa terdapat dua indikator untuk mengukur orientasi pasar, yakni: memenuhi keinginan pelanggan dan pemahaman terhadap pesaing.

Orientasi Kewirausahaan

Buli (2017) mendefinisikan orientasi kewirausahaan adalah serangkaian proses kewirausahaan yang mengacu pada perilaku untuk masuk pasar atau masuk ke pasar yang sudah mapan dengan barang atau jasa baru atau yang sudah ada. Menurut Fan *et al.* (2021) mendefinisikan orientasi kewirausahaan adalah kemampuan perusahaan dari segi sumber daya tidak berwujud yang berharga dalam mengeksekusi peluang baru dengan cara yang unik sehingga tidak dapat mudah ditiru. Vincent & Zakkariya (2021) mendefinisikan orientasi kewirausahaan mengacu pada tingkat kemampuan perusahaan dalam mengadopsi cara yang unik dalam mengejar keunggulan kompetitif perusahaan. Perlines *et al.* (2017) mengungkapkan bahwa terdapat tiga indikator untuk mengukur orientasi kewirausahaan, yakni: berfikir kreatif dan inovatif, aktif dan inisiatif, dan situasi berisiko.

Kapasitas Absorptif

Vincent & Zakkariya (2021) mendefinisikan kapasitas absorptif adalah kemampuan dinamis perusahaan yang berfokus pada meningkatkan hasil pencarian peluang dengan bertindak sebagai menyerap kemampuan pesaing. Menurut Costa *et al.* (2018) mendefinisikan kapasitas absorptif adalah kemampuan perusahaan untuk mengenali nilai pengetahuan eksternal dan kemudian mengasimilasi, menerjemahkan, dan menerapkan pengetahuan itu untuk tujuan komersial. Perlines *et al.* (2017) mengungkapkan bahwa terdapat tiga indikator untuk mengukur kapasitas absorptif, yakni: kemampuan adaptasi, *problem solving* dan aktif, kemampuan dalam menangkap informasi dan bekerja secara efektif.

Kaitan Orientasi Pasar dengan Kinerja UKM

Ali *et al.* (2020) pada penelitiannya terhadap 393 pemilik UKM di *Kingdom of Saudi Arabian* (KSA) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan orientasi pasar terhadap kinerja usaha. Kemudian, Lekmat *et al.* (2018) pada penelitiannya terhadap 405 pelaku UKM di bidang jasa dan ritel di Thailand menemukan bahwa terdapat pengaruh yang lemah, positif dan signifikan orientasi pasar terhadap kinerja usaha. Penelitian tersebut menjadi yang terkuat pengaruhnya ketika ditambahkan variabel kapasitas absorptif.

Kaitan Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja UKM

Buli (2017) mengungkapkan bahwa pengambilan risiko, tindakan proaktif, agresivitas kompetitif dan otonomi yang merupakan indikator dari orientasi kewirausahaan, semua berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Kemudian, Fan *et al.* (2021) pada penelitiannya terhadap 423 pemilik maupun manajer UKM di Pakistan menemukan bahwa terdapat pengaruh yang lemah, positif dan signifikan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha dengan koefisien 0,199. Ketika penelitian tersebut dimasukkan variabel kapasitas absorptif sebagai mediasi maka pengaruhnya menjadi lebih besar, yakni dengan koefisien 0,233.

Kaitan Kapasitas Absorptif dengan Kinerja UKM

Purwiantri (2019) pada penelitiannya terhadap pengusaha hotel non bintang di Kepulauan Riau menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan kapasitas absorptif terhadap kinerja usaha yakni dengan koefisien sebesar 0,471.

Kaitan Orientasi Pasar dengan Kinerja UKM dengan Kapasitas Absorptif Sebagai Variabel Mediasi

Purwiantri (2019) pada penelitiannya terhadap pengusaha hotel non bintang di Kepulauan Riau turut mengungkapkan bahwa kapasitas absorptif memediasi secara positif dan signifikan pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha yakni dengan koefisien sebesar 0,266.

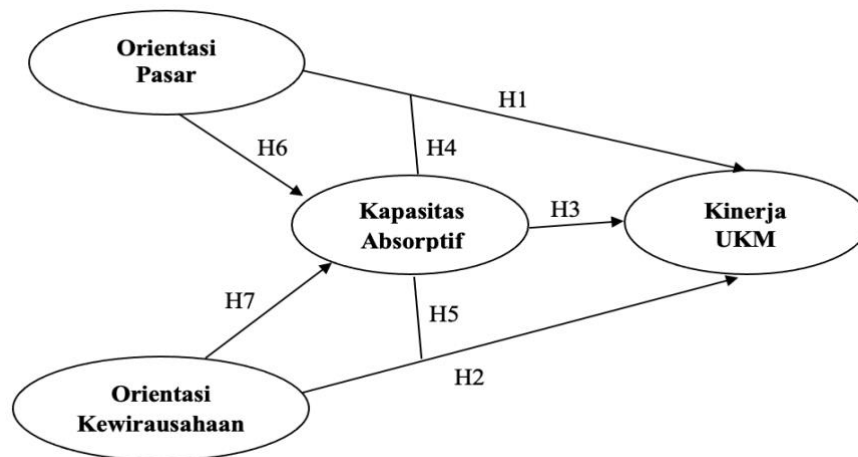
Kaitan Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja UKM dengan Kapasitas Absorptif Sebagai Variabel Mediasi

Vincent & Zakkariya (2021) pada penelitiannya terhadap 304 pelaku UKM di India menemukan bahwa kapasitas absorptif memediasi secara positif dan signifikan pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha yakni dengan koefisien sebesar 0,276.

Kaitan Orientasi Pasar dengan Kapasitas Absorptif Sebagai Variabel Mediasi

Purwiantri (2019) pada penelitiannya terhadap pengusaha hotel non bintang di Kepulauan Riau menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan orientasi pasar terhadap kapasitas absorptif yakni dengan koefisien sebesar 0,476.

Kaitan Orientasi Kewirausahaan dengan Kapasitas Absorptif Sebagai Variabel Mediasi
Purwiantri (2019) pada penelitiannya terhadap pengusaha hotel non bintang di Kepulauan Riau menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan orientasi kewirausahaan terhadap kapasitas absorptif yakni dengan koefisien sebesar 0,335.



Gambar 1. Model Penelitian

Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diperoleh dalam penelitian ini ditunjukkan pada gambar 1 antara lain:

H1 : Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM.

H2 : Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM.

H3 : Kapasitas absorptif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM.

H4 : Kapasitas absorptif memediasi secara positif dan signifikan pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UKM.

H5 : Kapasitas absorptif memediasi secara positif dan signifikan pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM.

H6 : Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapasitas absorptif.

H7 : Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapasitas absorptif.

2. METODE PENELITIAN

Malhotra (2017) menyatakan bahwa penelitian yang berdesain konklusif ada dua jenis, yakni: deskriptif dan kausal. Penelitian yang diselenggarakan saat ini menggunakan desain penelitian deskriptif data yang dihasilkan dari fenomena yang ada kemudian diturunkan menjadi hipotesis dan dari hipotesis tersebut dilaksanakan sebuah penelitian dan disimpulkan keabsahan dari hipotesis yang telah dirumuskan. Penelitian ini bersifat kuantitatif yang mengumpulkan data menggunakan sebuah instrumen penelitian serta data berupa numerik yang berhasil terkumpul dianalisis secara numerik yang memiliki tujuan untuk pengujian sebuah dugaan sementara yang dirumuskan peneliti (Sugiyono, 2017). Teknik mengambil sampel yang terpakai dalam studi ini adalah *non-probability sampling*, dengan mengambil sampel yang tidak memberikan kesempatan dari setiap anggota populasi yang sama untuk menjadi sampel (Malhotra, 2017). Kemudian penarikan anggota populasi dilakukan menggunakan *purposive sampling*. Penelitian ini mengkriteriakan sampel yakni, pelaku UKM kuliner di Jakarta Barat yang telah menjalankan usahanya lebih dari 1 tahun. Ukuran sampel yang digunakan berjumlah 100 orang.

Data yang diperoleh dari kuesioner akan diberikan skor 1-5 berupa skala Likert. Data yang dibuat akan di analisis pakai metode PLS-SEM yang mana data tersebut akan di olah pakai *software* SmartPLS versi 3.3.9. Pertama, pengolahan dilakukan pada *outer model* untuk menguji validitas dan reliabilitas. Indikator lolos validitas jika nilai *loading factor* di atas 0,7 tetapi pada penelitian permulaan yang masih bersifat mengembangkan skala maka nilai 0,5-0,7 indikator masih dianggap valid. Hair *et al.* (2017) menyatakan nilai AVE yang disyaratkan agar data yang diperoleh bersifat valid adalah 0,5. Kemudian validitas diskriminan, diukur melalui nilai *fornell-larcker criterion* menurut Sekaran & Bougie (2017) *fornell-larcker criterion* diukur menggunakan akar kuadrat dari AVE yang jika indikator terhadap variabelnya sendiri nilainya lebih besar jika dibandingkan dengan variabel lainnya maka lolos validitas diskriminan dengan nilai *fornell-larcker criterion*. Kemudian Nilai *cross loadings*, untuk syarat uji lolos validitas diskriminan, nilai *outer loadings* indikator pada variabel yang diukur harus lebih besar dari nilai *outer loadings* pada variabel lainnya (Sekaran & Bougie, 2017). Analisis reliabilitas. Ghazali (2017) menjelaskan nilai yang dihasilkan oleh *composite reliability* dan *cronbach's alpha* mutlak di atas 0,7 untuk dinyatakan bahwa data yang diperoleh peneliti lolos uji reliabilitas. Kemudian jika nilai yang dihasilkan oleh *composite reliability* dan *cronbach's alpha* di antara 0,8-0,9 maka data yang diperoleh memiliki reliabilitas yang sangat baik.

Kemudian, *inner model* dipakai untuk pengujian sebuah hipotesis yang dirumuskan. Kekuatan korelasi antar variabel diuji terlebih dahulu sebelum menguji hipotesis dengan melihat nilai *R-square* (R^2). Hair *et al.* (2017) menyatakan empat kriteria penilaian R^2 , yang pertama (1) sempurna, yang kedua (0,75 – 0,99) substansial/kuat, yang ketiga (0,5-0,74) moderat/sedang, yang keempat (0,25-0,49) lemah. Lalu Analisis relevansi prediktif (Q^2). Hair *et al.* (2017) menyatakan jika nilai *Q-Square* memiliki nilai Q^2 lebih besar dari 0, maka model penelitian memiliki relevansi prediktif yang baik. Namun, apabila nilai Q^2 lebih kecil dari 0, model penelitian tidak memiliki relevansi prediktif. Lalu analisis *effect size* (f^2). Hair *et al.* (2017) Kriteria penilaian f^2 adalah jika sebesar 0,02 (efek kecil). Namun, jika nilainya sebesar 0,15 (efek sedang). Jika nilainya sebesar 0,35 (efek besar), dan jika bernilai di bawah 0,02, (tidak memiliki efek) (Hair *et al.*, 2017). Kemudian nilai GoF (*Goodness of Fit*). Hair *et al.* (2017) menyatakan *Goodness of Fit* (GoF) terdapat tiga kriteria nilai untuk pengambilan kesimpulan, yakni: nilai 0,10 (GoF *small*), kemudian nilai 0,25 (GoF *medium*), terakhir, nilai 0,36 (GoF *large*). Terakhir pengujian hipotesis. Hair *et al.* (2017) menyatakan *Cut off value* yang digunakan untuk *t-statistics* adalah 1,96 dan *p-values* 0,05 di mana hipotesis akan diterima jika nilai *t-statistics* > 1,96 dan *p-values* < 0,05. Dan hipotesis akan tidak diterima jika nilai *t-statistics* < 1,96 dan *p-values* > 0,05.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variable	Indikator	Pernyataan
Kinerja UKM	Penjualan dan Pangsa Pasar	Pertumbuhan penjualan usaha meningkat dari tahun sebelumnya
		Pertumbuhan pangsa pasar usaha saya semakin dari tahun sebelumnya
	Margin keuntungan bersih dan penghasilan	Margin keuntungan bersih usaha saya meningkat dari tahun sebelumnya
		Penghasilan dari penjualan produk usaha saya meningkat dari tahun sebelumnya
Orientasi Pasar	Personal branding	Usaha saya dikenal baik oleh banyak orang
		Usaha saya memiliki citra yang baik di mata pelanggan
	Memenuhi keinginan pelanggan	Tujuan utama usaha saya adalah memuaskan pelanggan
		Saya selalu melayani kebutuhan pelanggan dengan baik
		Saya selalu menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan

Orientasi Kewirausahaan	Pemahaman terhadap pesaing	Keunggulan kompetitif usaha yang saya miliki didasarkan pada pemahaman saya terhadap kebutuhan pelanggan
		Saya selalu berusaha memberikan manfaat yang lebih baik bagi pelanggan dibandingkan pesaing lainnya
		Saya selalu memperhatikan strategi pesaing
	Berfikir kreatif dan inovatif	Saya secara aktif memperkenalkan peningkatan dan inovasi dalam usaha
		Usaha saya kreatif dalam mendesain maupun menciptakan produk maupun strategi baru
		Usaha saya selalu mencari cara baru untuk melakukan sesuatu
	Aktif dan inisiatif	Saya selalu aktif dalam bertindak untuk membuat kemajuan besar usaha saya
		Saya selalu berusaha mengambil inisiatif dalam setiap situasi
		Saya berani mengambil risiko yang diperhitungkan yang telah diukur sebelumnya
	Situasi berisiko	Saya berani mengambil risiko saat menginvestasikan uang yang saya miliki untuk membuat usaha
Kapasitas Absorptif	Kemampuan adaptasi, problem solving, dan aktif	Saya selalu melakukan adaptasi terhadap ide dan konsep pesaing
		Saya selalu mencari informasi untuk memecahkan masalah
		Saya selalu menyerap pengetahuan eksternal secara cepat dan berkala untuk memformulasikan strategi
	Kemampuan dalam menangkap informasi	Saya memiliki kemampuan yang baik untuk menyusun strategi dengan menyerap pengetahuan baru
		Saya berhasil menyerap pengetahuan dan wawasan baru untuk menata usaha
	Bekerja secara efektif	Saya secara teratur memanfaatkan teknologi yang dibutuhkan usaha saya
		Saya selalu mengembangkan produk dengan menyerap rancangan dan sampel dari pesaing

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji *Average Variance Extracted* (AVE)

Sumber: Hasil Pengolahan Data

<i>Variable</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Orientasi Pasar	0,554
Orientasi Kewirausahaan	0,564
Kapasitas Absorptif	0,560
Kinerja UKM	0,626

Hair *et al.* (2017) menyatakan nilai AVE yang disyaratkan agar data yang diperoleh bersifat valid adalah 0,5. Berdasarkan hasil kalkulasi pada tabel 2 maka disimpulkan bahwa seluruh indikator atau pernyataan adalah valid.

Tabel 3. Hasil Analisis Reliabilitas
Sumber: Hasil Pengolahan Data

<i>Variable</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Orientasi Pasar	0,881	0,836
Orientasi Kewirausahaan	0,900	0,871
Kapasitas Absorptif	0,898	0,867
Kinerja UKM	0,909	0,880

Ghozali (2017) menjelaskan nilai yang dihasilkan oleh *composite reliability* dan *cronbach's alpha* mutlak di atas 0,7 ialah lolos uji reliabilitas. Hasil yang tertara ditabel 3 yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Tabel 4. Hasil Uji *Q-square* dan *R-Square*
Sumber: Hasil Pengolahan Data

<i>Variable</i>	<i>Q-Square</i>	<i>R²</i>
Kapasitas absorptif	0,295	0,551
Kinerja UKM	0,287	0,513

Hair *et al.* (2017) menyatakan jika nilai *Q-Square* memiliki nilai $Q^2 > 0$, maka model penelitian memiliki relevansi prediktif yang baik. Berdasarkan tabel 4, bahwa konstruk penelitian yang digunakan memiliki relevansi prediktif. Kemudian *R-square* memiliki pengaruh sedang.

Tabel 5. Hasil Uji *Effect Size*
Sumber: Hasil Pengolahan Data

<i>Variable</i>	<i>Kapasitas Absorptif</i>	<i>Kinerja UKM</i>
Orientasi pasar	0,117	0,024
Orientasi kewirausahaan	0,281	0,060
Kapasitas absorptif	-	0,130

Berdasarkan tabel 5 tersebut dinyatakan bahwa orientasi pasar memiliki efek yang kecil dalam mempengaruhi kapasitas absorptif, yakni sebesar 0,117. Orientasi Kewirausahaan memiliki efek yang sedang dalam mempengaruhi kapasitas absorptif, yakni sebesar 0,281. Kemudian orientasi pasar memiliki efek yang kecil mempengaruhi kinerja UKM, yakni sebesar 0,024. Orientasi kewirausahaan memiliki efek yang kecil dalam mempengaruhi kinerja UKM, yakni sebesar 0,06. Terakhir, kapasitas absorptif memiliki efek yang sedang terhadap kinerja UKM, yakni sebesar 0,13

$$GoF = \sqrt{0,576 \times 0,532} = 0,5536.$$

GoF yang dihasilkan sebesar 0,5536. Nilai GoF tersebut memiliki tingkat kelayakan yang besar karena menghasilkan nilai GoF di atas 0,36.

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis Penelitian
Sumber: Hasil Pengolahan Data

<i>Variable</i>	<i>Original Sample</i>	<i>T-Statistic</i>	<i>P Values</i>
Orientasi Pasar → Kinerja UKM	0,159	1,497	0,135
Orientasi Kewirausahaan → Kinerja UKM	0,266	2,209	0,028
Kapasitas Absorptif → Kinerja UKM	0,375	2,948	0,003
Orientasi Pasar → Kapasitas Absorptif → Kinerja UKM	0,118	2,077	0,038
Orientasi Kewirausahaan → Kapasitas Absorptif → Kinerja UKM	0,183	2,309	0,021
Orientasi Pasar → Kapasitas Absorptif	0,315	2,823	0.005
Orientasi Kewirausahaan → Kapasitas Absorptif	0,489	4,340	0.000

PEMBAHASAN

Pengaruh Orientasi Pasar Positif Namun Tidak Signifikan Kepada Kinerja UKM

Hipotesis ini secara statistik tidak diterima, pengaruh orientasi pasar adalah positif kepada kinerja UKM tetapi tidak signifikan. *Output* penelitian yang dihasilkan saat ini selaras dengan studi yang dibuat Costa *et al.* (2018) dan Ali *et al.* (2020) yang tidaknya signifikan orientasi pasar dalam memberikan dampak pada kinerja UKM. Orientasi pasar memiliki pengaruh dalam meningkatkan kinerja UKM namun sangat kecil. Orientasi pasar merupakan hal yang kompleks dimana terdapat banyak aspek yang dapat mempengaruhi seperti strategi yang digunakan pesaing dan pelanggan. Banyak pelaku UKM memperhatikan strategi yang diterapkan pada pesaing, kenyataannya strategi yang diterapkan pesaing belum tentu dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja UKM lain karena terdapat perbedaan target pasar, karyawan, dan lainnya. Orientasi pelanggan yang baik pun perlu memperhatikan bagaimana cara pesaing melayani pelanggan agar bisa menjadi tolak ukur UKM untuk dijadikan acuan dalam melayani pelanggan yang lebih baik lagi. Pelanggan yang dilayani dengan baik otomatis akan loyal pada UKM dan melayani pelanggan harus sesuai dengan apa yang dibutuhkan pelanggan saat ini. Kenyataannya banyak UKM yang melayani pelanggan tidak tepat sasaran dan kurang sesuai kebutuhan pelanggan sehingga terjadi kekecewaan pada pelanggan yang berakibat menurunnya kinerja UKM.

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Positif secara Signifikan Kepada Kinerja UKM

Hipotesis ini secara statistik diterima berdasarkan hasil *path coefficients* yang positif, *t-statistics* dan *p-values* yang signifikan. *Output* penelitian yang dihasilkan saat ini selaras dengan studi yang dibuat oleh Fan *et al.* (2021); Buli (2017); Vincent & Zakkariya (2021); Raisal *et al.* (2021) yang menyatakan pengaruh orientasi kewirausahaan positif secara signifikan pada kinerja UKM. Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh dalam meningkatkan kinerja UKM. Orientasi kewirausahaan yang baik membuat pelaku UKM dapat memaksimalkan kinerjanya. Hal tersebut mengacu pada kesiapan pelaku UKM untuk berinovasi lebih pada produk yang dijualnya sehingga memiliki nilai jual yang baik di mata pelanggan. Bertindak proaktif juga menjadi salah satu kunci kesuksesan bagi pelaku UKM karena dengan mengambil inisiatif secara cepat atas setiap kejadian maupun hal baru pada UKM akan menghasilkan keunggulan kompetitif yang baik pada UKM. Pelaku UKM harus berani mengambil risiko terkait keberanian berinovasi secara terus menerus dan berani menjalani hal yang belum pasti menguntungkan dan bergegas untuk bertindak segera dalam menghadapi setiap hal baru yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja UKM.

Pengaruh Kapasitas Absorptif Positif secara Signifikan Kepada Kinerja UKM

Hipotesis ini secara statistik diterima berdasarkan hasil *path coefficients* yang positif, *t-statistics* dan *p-values* yang signifikan. Hasil studi saat ini selaras dengan studi yang dibuat oleh Kharabsheh *et al.* (2017); Vincent & Zakkariya (2021); Purwiantri (2019); Fan *et al.* (2021); Rangus & Slavec (2017); dan Hughes *et al.* (2017) yang mendeskripsikan pengaruh kapasitas absorptif positif secara signifikan kepada kinerja UKM. Kapasitas absorptif memiliki pengaruh dalam meningkatkan kinerja UKM. Kemampuan kapasitas absorptif yang tinggi perlu dimiliki oleh pelaku UKM. Kapasitas absorptif menjadi jaminan untuk kesuksesan pelaku UKM di dunia usaha dengan keterampilannya dalam menyerap berbagai informasi baru yang bersumber dari internal maupun eksternal. Mengasimilasi dan melakukan adaptasi pada teknologi produksi sangat dibutuhkan saat ini, agar dapat memaksimalkan produksi dan dapat melayani permintaan pelanggan dengan cepat sehingga dapat dipastikan bahwa pelaku UKM yang memiliki keterampilan yang baik akan kapasitas absorptif dapat menjadikan kinerja UKMnya meningkat secara cepat.

Kapasitas Absorptif Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Positif secara signifikan Kepada Kinerja UKM

Hipotesis ini secara statistik diterima berdasarkan hasil *path coefficients* yang positif, *t-statistics* dan *p-values* yang signifikan. Penelitian ini mengungkapkan bahwa mediasi kapasitas absorptif bersifat *full mediation* ketika mengaitkan dampak orientasi pasar kepada kinerja UKM. Penelitian ini ketika mencoba mengaitkan orientasi pasar terhadap kinerja UKM bersifat tidak signifikan. Hasil penelitian ini menurut Purwiantri (2019); Costa *et al.* (2018); Lin *et al.* (2020); Chou *et al.* (2020); dan Jiang *et al.* (2020) yang mengungkapkan bahwa kapasitas absorptif memediasi secara positif pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha. Orientasi pasar yang dikuasai oleh pelaku usaha tidaklah cukup untuk mencapai keunggulan kompetitif. Pelaku UKM yang menguasai kemampuan orientasi pasar saja tidak cukup untuk dapat memaksimalkan kinerja UKM. Setelah hadirnya kapasitas absorptif, maka pengaruh menjadi signifikan. Pelaku UKM perlu untuk menguasai kapasitas absorptif terlebih dahulu yang kemudian memaksimalkan kemampuannya pada orientasi pasar agar dapat meningkatkan kinerja UKM secara nyata. Pelaku UKM yang mengetahui informasi baru akan kekuatan dan kelemahan pesaing akan lebih mudah untuk menetapkan strategi yang perlu dilakukan untuk menghadapi pesaing. Mengetahui secara cepat terkait informasi mengenai apa yang menjadi kebutuhan pelanggan saat ini juga menjadi suatu hal yang penting. Pelanggan yang diketahui kebutuhannya sejak awal dapat dilayani dengan baik sehingga pelanggan akan bersikap loyal kepada UKM dengan terus membeli produk dan merekomendasikan hal positif kepada orang lain yang dapat menyebabkan permintaan produk meningkat secara drastis yang membuat kinerja UKM semakin meningkat secara bertahap.

Kapasitas Absorptif Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Positif secara signifikan Kepada Kinerja UKM

Hipotesis ini secara statistik diterima berdasarkan hasil *path coefficients* yang positif, *t-statistics* dan *p-values* yang signifikan. Hasil studi saat ini selaras dengan studi yang dibuat oleh Vincent & Zakkariya (2021); Fan *et al.* (2021); Purwiantri (2019); Hughes *et al.* (2017); dan Sarsah *et al.* (2020) yang mengungkapkan kapasitas absorptif memediasi secara positif dan signifikan pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM. Orientasi kewirausahaan yang baik dapat meningkatkan kinerja UKM dengan stabil. Kurangnya kemampuan pada orientasi kewirausahaan menjadi hal yang buruk bagi pelaku UKM saat ini. Namun, pelaku UKM harus menguasai keterampilan kapasitas absorptif terlebih dahulu. Kemampuan UKM dalam mendapatkan berbagai informasi dan perkembangan baru yang cepat akan lebih mudah dalam berinovasi. Kemudian pelaku UKM yang mengetahui situasi pasar yang baik akan dapat dengan tepat dalam mengambil

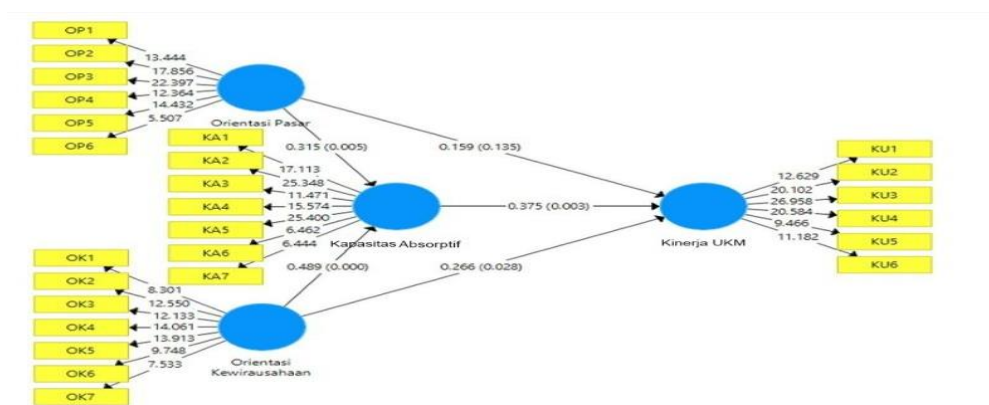
inisiatif terkait apa saja yang perlu dilakukan untuk dapat memaksimalkan penjualan dan pertumbuhan perusahaan itu sendiri. Pelaku UKM yang mengetahui dengan cepat terkait hal-hal baru akan dapat dengan mudah menentukan kepastian usaha. Tingkat ketidakpastian UKM dapat dengan cepat diminimalisir apabila menguasai kapasitas absorptif karena sudah mengetahui apa saja yang diperlukan sehingga membuat kinerja UKM lebih cepat meningkat.

Orientasi Pasar Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kapasitas Absorptif

Hipotesis ini secara statistik diterima berdasarkan hasil *path coefficients* yang positif, *t-statistics* dan *p-values* yang signifikan. Hasil studi saat ini selaras dengan studi yang dibuat oleh Purwiantri (2019). Orientasi pasar pada penelitian ini bersifat positif dan pengaruhnya kecil terhadap kapasitas absorptif yang menghasilkan nilai *original sample* sebesar 0,315 artinya pengaruh positif. Kemudian penelitian ini juga mengungkapkan bahwa nilai *t-statistik* yang dihasilkan sebesar 2,823 dan nilai *p-value* 0,005 yang artinya pengaruh bersifat signifikan. Orientasi pasar memiliki pengaruh dalam meningkatkan kapasitas absorptif. Kecakapan dalam orientasi pasar dapat membantu peningkatan kapasitas absorptif. Dengan memanfaatkan dan mengetahui secara jelas orientasi pasar dalam dunia usaha maka dapat menganalisa informasi baru akan kekuatan dan kelemahan pesaing akan lebih mudah untuk menetapkan strategi yang perlu dilakukan untuk menghadapi pesaing. Mengetahui secara cepat terkait informasi mengenai apa yang menjadi kebutuhan pelanggan saat ini juga menjadi suatu hal yang penting.

Orientasi Kewirausahaan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kapasitas Absorptif

Hipotesis ini secara statistik diterima berdasarkan hasil *path coefficients* yang positif, *t-statistics* dan *p-values* yang signifikan. Hasil studi saat ini selaras dengan studi yang dibuat oleh Purwiantri (2019). Orientasi kewirausahaan pada penelitian ini bersifat positif dan pengaruhnya kecil terhadap kapasitas absorptif yang menghasilkan nilai *original sample* sebesar 0,489 artinya pengaruh positif. Kemudian penelitian ini juga mengungkapkan bahwa nilai *t-statistik* yang dihasilkan sebesar 4,340 dan nilai *p-value* 0,000 yang artinya pengaruh bersifat signifikan. Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh dalam meningkatkan kapasitas absorptif. Kemampuan dalam orientasi kewirausahaan yang baik juga dapat memaksimalkan peningkatan kapasitas absorptif. Kapasitas absorptif menjadi jaminan untuk kesuksesan pelaku UKM di dunia usaha dengan keterampilannya dalam menyerap berbagai informasi baru yang bersumber dari internal maupun eksternal. Hal tersebut mengacu pada kecakapan orientasi pasar untuk berinovasi lebih pada produk yang dijualnya sehingga memiliki nilai jual yang baik di mata pelanggan. Bertindak proaktif, inisiatif, serta berani mengambil resiko juga menjadi strategi yang dapat digunakan untuk menaikkan kapasitas absorptif.



Gambar 2. Hasil Uji Hipotesis Penelitian
Sumber: Hasil Pengolahan Data

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- Orientasi pasar berdampak positif namun tidak signifikan pada kinerja UKM.
- Orientasi kewirausahaan berdampak positif dan signifikan pada kinerja UKM.
- Kapasitas absorptif berdampak positif dan signifikan pada kinerja UKM.
- Kapasitas absorptif memediasi dengan positif dan signifikan orientasi pasar pada kinerja UKM.
- Kapasitas absorptif memediasi secara positif dan signifikan orientasi kewirausahaan pada kinerja UKM.
- Orientasi pasar berdampak positif dan signifikan pada kapasitas absorptif.
- Orientasi kewirausahaan berdampak positif dan signifikan pada kapasitas absorptif.

Saran

- Pelaku UKM diharapkan untuk memaksimalkan kinerja usahanya dengan meningkatkan kemampuan orientasi pasar untuk lebih memahami pesaing
- Pelaku UKM juga diharapkan untuk meningkatkan kemampuan orientasi kewirausahaan dengan inovasi dengan baik, proaktif dan berani mengambil resiko ditambah dengan;
- Meningkatkan kemampuan kapasitas absorptif yang menyerap informasi dari pesaing serta menilai, mengasimilasi, dan memanfaatkan inovasi.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Ucapan terima kasih ini penulis berikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Tarumanagara (LPPM) Universitas Tarumanagara atas kontribusinya dalam pelaksanaan penelitian ini. Terima kasih juga kepada para responden dalam penelitian ini.

REFERENSI

- Abbas, D. (2018). Pengaruh modal usaha, orientasi pasar, dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja ukm kota makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 95-112. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.4991>
- Agmasari, S. (2021, Agustus 11). Sektor kuliner penyumbang terbesar PDB ekonomi kreatif Indonesia. Kompas.com. Diakses pada (2022, September 20). Dari: <https://www.kompas.com/food/read/2021/08/11/210300375/sektor-kuliner-penyumbang-terbesar-pdb-ekonomi-kreatif-indonesia?page=all>.
- Ali, G. A., Hilman, H., & Gorondutse, A. H. (2020). Effect of entrepreneurial orientation, market orientation and total quality management on performance: evidence from Saudi. SMEs. *Benchmarking*, 27(4), 1503-1531. <https://doi.org/10.1108/BIJ-08-2019-0391>
- 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>
- Chou, S. F., Horng, J. S., Liu, C. H., Huang, Y. C., & Zhang, S. N. (2020). The critical criteria for innovation entrepreneurship of restaurants: considering the interrelationship effect of human capital and competitive strategy a case study in Taiwan. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 42, 222-234. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.01.006>.
- Costa, J. C. N., Camargo, S. M., Toaldo, A. M. M., & Didonet, S. R. (2018). The role of marketing capabilities, absorptive capacity, and innovation performance. *Marketing Intelligence & Planning*, 36(4), 410-424. <https://doi.org/10.1108/MIP-11-2017-0312>
- Fan, M., Qalati, S. A., Khan, M. A. S., Shah, S. M. M., Ramzan, M., & Khan, R. S. (2021). Effects of entrepreneurial orientation on social media adoption and SME performance: the

- moderating role of innovation capabilities. *PloS One*, 16(4), 1-24. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0247320>
- Ghozali, I. (2017). Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program. Edisi ke-3. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Gischa, S dan Nailufar, N. N. (2019, Desember 20). Krisis moneter: pengertian dan dampaknya. Kompas.com. Diakses pada (2022, September 20) dari: <https://www.kompas.com/skola/read/2019/12/20/080000969/krisis-moneter-pengertian-dan-dampaknya?page=all>.
- Hair Jr, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107-123. <https://doi.org/10.1504/IJMDA.2017.087624>
- Hardum, Siprianus Edi. (2021, Desember 16). Menteri Teten: UMKM kuliner paling cepat pulih dari dampak covid-19. Beritasatu.com. Diakses pada (2022, September 22) <https://www.beritasatu.com/ekonomi/868075/menteri-teten-umkm-kuliner-paling-cepat-pulih-dari-dampak-covid19>.
- Hughes, P., Hodgkinson, I. R., Hughes, M., & Arshad, D. (2017). Explaining the entrepreneurial orientation–performance relationship in emerging economies: the intermediate roles of absorptive capacity and improvisation. *Asia Pacific Journal of Management*, 35(4), 1025-1053. <https://sci-hub.se/10.1007/s10490-017-9539-7>.
- Javier, Faisal. (2022, Mei 17) BPS: tingkat pengangguran terbuka sebesar 5,83 persen pada Februari 2022. Data.tempo.co. Diakses pada (2022, September 21). Dari: <https://data.tempo.co/data/1419/bps-tingkat-pengangguran-terbuka-sebesar-583-persen-pada-februari-2022>.
- Jiang, W., Rosati, F., Chai, H., & Feng, T. (2020). Market orientation practices enhancing corporate environmental performance via knowledge creation: does environmental management system implementation matter?. *Business Strategy and the Environment*, 29(5), 1899-1924. <https://sci-hub.se/https://doi.org/10.1002/bse.2478>.
- Khan, I., & Bashir, T. (2020). Market orientation, social entrepreneurial orientation, and organizational performance: the mediating role of learning orientation. *Iranian Journal of Management Studies*, 13(4), 673-703. [10.22059/IJMS.2020.289467.673800](https://doi.org/10.22059/IJMS.2020.289467.673800)
- Kharabsheh, R., Ensour, W., & Bogolybov, P. (2017). Learning orientation, market orientation and organizational performance: the mediating effect of absorptive capacity. *Business and Economic Research*, 7(1), 114-127. <https://doi.org/10.5296/ber.v7i1.10294>
- Lekmat, L., Selvarajah, C., & Hewege, C. (2018). relationship between market orientation, entrepreneurial orientation, and firm performance in Thai SMEs: the mediating role of marketing capabilities. *International Journal of Business and Economics*, 17(3), 213-237. Diambil dari: https://ijbe.fcu.edu.tw/assets/ijbe/past_issue/No.17-3/pdf/vol_17-3-2.pdf
- Lin, Y. H., Kulangara, N., Foster, K., & Shang, J. (2020). Improving green market orientation, green supply chain relationship quality, and green absorptive capacity to enhance green competitive advantage in the green supply chain. *Sustainability*, 12(18), 1-22. <http://doi.org/10.3390/su12187251>.
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. (2017). *Marketing research: An applied approach*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Pangesti, Rika. (2022, Februari 8). Arti UKM dan contohnya, penyokong ekonomi saat krismon 1998. Diakses pada (2022, September 21) dari: <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5933215/arti-umkm-dan-contohnya-penyokong-ekonomi-saat-krismon-1998>.
- Perlines, F. H., García, J. M., & Araque, B. Y. (2017). Family firm performance: the influence of entrepreneurial orientation and absorptive capacity. *Psychology & Marketing*, 34(11), 1057-1068. <https://doi.org/10.1002/mar.21045>

- Purwianti, L. (2019). Pengaruh market orientation, entrepreneurial orientation terhadap kinerja perusahaan dengan mediasi absorptive capacity. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 15(2), 126-142. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v15i2.350>
- Raisal, I., Tarofder, A. K., & Ilmudeen, A. (2021). The nexus between entrepreneurial orientation and performance: enabling roles of absorptive capacity. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 17(2), 153-166. <https://doi.org/10.1108/WJEMSD-06-2019-0041>
- Rangus, K., & Slavec, A. (2017). The interplay of decentralization, employee involvement and absorptive capacity on firms' innovation and business performance. *Technological Forecasting and Social Change*, 120, 195-203. <http://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.12.017>.
- Santoso, S. A. dan Handoyo, S. E. (2019). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku yang Dirasakan, dan Orientasi Peran Gender terhadap Intensi Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 1(1), 1-14. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i1.2797>.
- Sarsah, S. A., Tian, H., Dogbe, C. S. K., Bamfo, B. A., & Pomegbe, W. W. K. (2020). Effect of entrepreneurial orientation on radical innovation performance among manufacturing SMEs: the mediating role of absorptive capacity. *Journal of Strategy and Management*, 1-20. <https://doi.org/10.1108/JSMA-03-2020-0053>.
- Sekaran, U dan Bougie, R. (2017). *Metode penelitian untuk bisnis: pendekatan pengembangan-keahlian*. Edisi 6. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Slamet, F., Tunjungsari, H. K., dan Ie, M. (2018). *Dasar-Dasar Kewirausahaan* (3rd ed.). Jakarta: PT. Indeks.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Vincent, V. Z., & Zakkariya, K. A. (2021). Entrepreneurial orientation and startup performance in technology business incubation: mediating role of absorptive capacity. *Journal of Small Business Strategy*, 31(5), 100-116. [10.53703/001c.29837](https://doi.org/10.53703/001c.29837)
- Yandip Prof Jateng. (2017, November 8). UKM pernah menjadi penyelamat saat krisis. [Jatengprov.go.id](http://jatengprov.go.id). Diakses pada (2022, September 20) dari: <https://jatengprov.go.id/beritadaerah/umkm-pernah-jadi-penyelamat-saat-krisis/>.