

# PENGARUH FOKUS PELANGGAN, RESPON PELANGGAN, PROAKTIF, INOVASI DAN PENGAMBILAN RESIKO TERHADAP KINERJA UKM

Grecia Ratna Ephelia<sup>1</sup> dan Ida Puspitowati<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Jakarta

*Email: grecia.115180138@stu.untar.ac.id*

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Jakarta\*

*Email: idap@fe.untar.ac.id*

\*Penulis Korespondensi

*Masuk: 11-02-2022, revisi: 07-03-2022, diterima untuk diterbitkan: 21-03-2022*

---

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh fokus pelanggan, respon pelanggan, proaktif, inovasi, dan pengambilan resiko terhadap kinerja UKM pemanfaatan kayu bekas di Jakarta Barat. Metode dalam penelitian menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling dan kuesioner menggunakan google form yang diisi oleh 54 responden pelaku UKM pemanfaatan kayu bekas di Jakarta Barat. Pengolahan data menggunakan aplikasi SmartPLS 3 for student dengan menggunakan metode bootstrapping atau penggandaan secara acak dalam mengukur tingkat signifikansi. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan pada variabel Fokus Pelanggan, Proaktif, Inovasi dan Pengambilan Resiko serta negatif dan signifikan pada variabel Respon Pelanggan terhadap kinerja UKM pemanfaatan kayu bekas di Jakarta Barat.

**Kata Kunci:** Fokus Pelanggan, Proaktif, Kinerja UKM.

## ABSTRACT

*The purpose of this research was to determine whether there is an influence of customer focus, customer response, proactive, innovation and risk taking on the performance of SMEs the utilization of used wood in West Jakarta. The technique in this research uses a non-probability sampling method with purposive sampling technique and a questionnaire using a google form filled out by 54 respondents of SMEs the utilization of used wood in West Jakarta. The data is processed using the SmartPLS 3 application for students using the bootstrapping method or random doubling in measuring the level of significance. The results of this research indicate that there is a positive and significant influence on the variable of customer focus, proactive, innovation, and risk taking also the negative and significant on customer response on the performance of SMEs the utilization of used wood in West Jakarta.*

**Keywords:** Customer Focus, Proactive, Performance of SMEs.

## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Saat ini, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sudah menjadi hal yang menarik di dalam dunia bisnis. Menurut Octavia (2012) saat ini UKM menjadi salah satu prioritas dalam rencana pembangunan. Menurut Narver dan Slater (1990) Orientasi pelanggan adalah inti dari orientasi pasar dan mencerminkan ideologi dari fokus pelanggan. Menurut Telan (2011) Fokus pelanggan merupakan perhatian yang besar terhadap pelanggan dan terus menerus memberikan nilai tambah melalui penawaran khusus baik berupa produk maupun layanan yang mengutamakan pelanggan. Menurut Sarlito (2001 dalam Sari, 2019) Respon pelanggan adalah tingkah laku yang hakikatnya merupakan tanggapan terhadap stimulus pada suatu nilai produk atau jasa.

Orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan yang dimiliki seorang *entrepreneur* yang dijadikan dasar untuk mencari peluang menuju kesuksesan (Slamet dan Iskandar, 2016). Miller (1983) mengklasifikasi tiga dimensi dari orientasi kewirausahaan yaitu inovasi, proaktif, dan pengambilan resiko. Proaktif merupakan pencarian peluang dengan melihat perspektif ke depan yang melibatkan produk atau jasa baru menjelang kompetisi dan melakukan tindakan untuk mengantisipasi permintaan di masa mendatang untuk menciptakan perubahan bentuk dan lingkungan (Lumpkin dan Dess, 2001). Kasali (2010) mengatakan bahwa inovasi adalah kemampuan untuk melihat segala sesuatu dengan cara yang baru dan kadang di luar kebiasaan (*out of the box thinking*). Miller dan Friesen (1978) menyatakan bahwa pengambilan resiko merupakan sejauh mana manajer bersedia untuk membuat komitmen sumber daya yang besar dan berisiko.

Menurut Sutarman (2016) limbah kayu menimbulkan masalah penanganan yang selama ini dibiarkan membusuk, ditumpuk dan dibakar yang kesemuanya berdampak negatif terhadap lingkungan sehingga penanggulangannya perlu dipikirkan. Menurut Sutarman (2016) Salah satu jalan yang dapat ditempuh adalah memanfaatkannya menjadi produk yang bernilai tambah dengan teknologi terapan dan kerakyatan sehingga hasilnya mudah disosialisasikan kepada masyarakat. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh fokus pelanggan, respon pelanggan, proaktif, inovasi dan pengambilan resiko terhadap kinerja UKM pemanfaatan kayu bekas di Jakarta Barat

### **Kajian teori**

Fokus pelanggan adalah suatu hal bagian dari perhatian yang besar terhadap pelanggan dan terus-menerus memberikan nilai tambah pada suatu produk atau layanan melalui penawaran khusus yang baik dalam mengutamakan pelanggan (Telan, 2011). Menurut Sheth *et al.*, (2000; dan Vandermerwe, 2004 dalam Telan, 2011) Fokus pelanggan sendiri mempunyai pengertian suatu perusahaan memiliki perhatian yang besar terhadap pelanggan tersebut dan terus-menerus memberikan nilai tambah melalui penawaran. Lu dan Zhang (2016) menyatakan bahwa fokus pelanggan meningkatkan dan menumbuhkan kinerja UKM.

### **H1: Fokus pelanggan berpengaruh positif terhadap kinerja UKM.**

Menurut Stephani, Indarini dan Honantha (2008) respon pelanggan merupakan pencerminan dari sikap dan perilaku pengguna produk dalam memuaskan dorongan yang ada sebagai reaksi terhadap usaha-usaha pemasaran yang dilaksanakan perusahaan. Lu dan Zhang (2016) menyatakan bahwa respon pelanggan merupakan sebuah fungsi organisasi yang mengakui dan memuaskan kebutuhan pelanggan secara efisien. Lu dan Zhang (2016) yang menyatakan bahwa respon pelanggan meningkatkan dan mendukung kinerja UKM.

### **H2: Respon pelanggan berpengaruh positif terhadap kinerja UKM.**

Menurut Slamet dan Iskandar (2016) proaktif adalah mencari kesempatan baru yang mungkin berhubungan ataupun tidak berhubungan dengan lini operasi saat ini. Sumiati (2015) mengatakan bahwa proaktif adalah mengambil inisiatif untuk mengkreasikan sesuatu yang baru dengan cara menambahkan nilainya. Amin (2015) mengatakan bahwa proaktif yang rendah akan mengurangi perkembangan kinerja UKM karena tidak mampu mengikuti lingkungan persaingan yang dinamis.

### **H3: Proaktif berpengaruh positif terhadap kinerja UKM.**

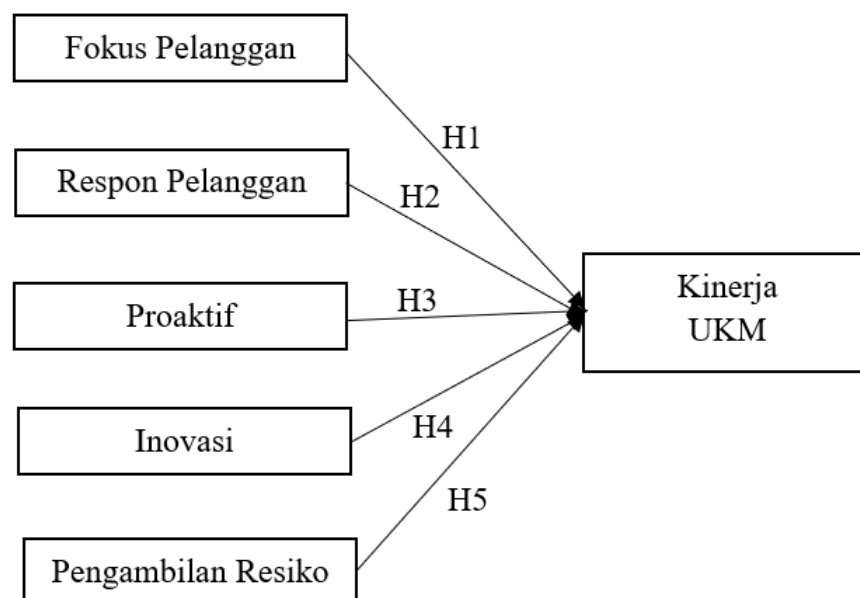
Inovasi merupakan kemampuan untuk melihat segala sesuatu cara yang baru dan di luar kebiasaan (Kasali, 2010). Inovasi adalah suatu cerminan dalam kecenderungan seorang entrepreneur untuk memunculkan dan merealisasikan dalam ide-ide baru, serta mencoba cara-cara baru yang berbeda yang sudah ada sebelumnya serta antusiasme untuk mengadopsi ide-ide baru atau metode yang baru pada bisnis mereka, lalu menerapkan inovasi tersebut untuk operasional bisnis mereka (Lumpkin dan Dess, 2001; Wiklund dan Shepherd, 2005; dalam Quantananda dan Haryadi, 2015). Quantananda dan Haryadi (2015) yang menyatakan bahwa inovasi akan memunculkan dan meningkatkan kinerja UKM.

#### **H4: Inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja UKM.**

Slamet dan Iskandar (2016) menyatakan bahwa pengambilan resiko merupakan tingkat kesediaan manajer untuk berkomitmen dalam sumber daya yang berisiko dan jumlahnya sangat besar. Pengambilan resiko adalah kesediaan atau kemauan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk dapat menjalankan suatu pekerjaan walaupun tanpa adanya kepastian dalam hasil yang akan didapat dari suatu tindakan seorang entrepreneur (Lumpkin dan Dess, 2001; Kobia dan Sikalich, 2010; dalam Quantananda dan Haryadi, 2015). Amin (2015) mengatakan bahwa pengambilan resiko yang baik dapat berpengaruh terhadap kinerja UKM.

#### **H5: Pengambilan resiko berpengaruh positif terhadap kinerja UKM.**

Kinerja UKM adalah hasil atau tingkat keberhasilan perusahaan secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam proses bisnis (Quantananda dan Haryadi, 2015). Menurut Wardoyo, Rusdianti dan Purwantini (2015) kinerja UKM pada hakekatnya adalah prestasi yang dicapai oleh sebuah organisasi bisnis dan dapat dilihat hasilnya.



Gambar 1. Model Penelitian

## **2. METODE PENELITIAN**

Desain penelitian kausalitas adalah desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel (Sanusi, 2011). Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausalitas yang digunakan untuk menguji hubungan sebab-akibat dari variabel yang akan diteliti.

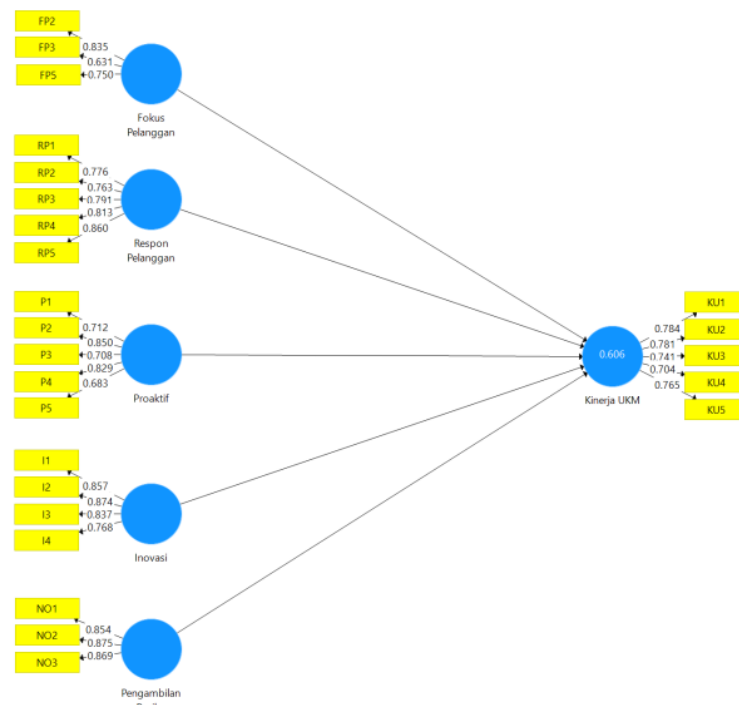
Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan metode *non-probability sampling* yaitu setiap anggota populasi tidak mempunyai peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel (Nurhayati, 2008). Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dimana seorang peneliti harus benar-benar mengetahui bahwa responden yang dipilihnya dapat memberikan informasi yang diinginkan sesuai dengan permasalahan penelitian (Ferdian, Maulina, dan Rosidah, 2012). Dalam penelitian ini, kriteria penelitiannya meliputi status pemilik Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pada usaha pemanfaatan kayu bekas di Jakarta Barat. Pertimbangan peneliti memilih bidang usaha pemanfaatan kayu bekas karena pelaku usaha tersebut menjual produk melalui hasil produksi sendiri. Lokasi yang ditetapkan berada di Jakarta tepatnya berada di Jakarta Barat.

Sugiyono (2010) memberikan saran tentang ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 sampel. Maka penelitian ini akan menggunakan 54 sampel.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan 54 responden pemilik Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pada usaha pemanfaatan kayu bekas di Jakarta tepatnya di Jakarta Barat. Deskripsi responden penelitian ini adalah memiliki bentuk produk yang dijual paling banyak disebutkan yaitu Meja sebanyak 54 responden (22.8%), rata-rata lokasi UKM adalah Kalideres sebanyak 11 responden (20.4%), pada bagian jumlah karyawan mayoritas adalah 6 hingga 10 orang sebanyak 30 responden (55.6%) dan mayoritas penjualan tahunan responden adalah Rp 300.000.000 hingga Rp 2.500.000.000 sebanyak 43 responden (79.6%).

Uji validitas indikator tersebut dikatakan *valid* jika nilai *Average Variance Extracted (AVE)* lebih besar dari 0.50. (Ghozali, 2014). Uji reliabilitas kelompok indikator yang mengukur sebuah variabel memiliki *Composite Reliability* yang baik jika lebih besar dari 0.70 (Jaya dan Sumertajaya, 2008). Jika mempunyai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.6 maka reliabilitas sebuah konstruk variabel dinyatakan baik (Sujianto, 2009).



Gambar 2. Loading Factor  
Sumber: Hasil data menggunakan SmartPLS

Tabel 1. *Average Variance Extracted (AVE)*

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Fokus Pelanggan	0.552
Respon Pelanggan	0.697
Proaktif	0.571
Inovasi	0.750
Pengambilan Resiko	0.576
Kinerja UKM	0.642

Sumber: Hasil data menggunakan *SmartPLS*

Berdasarkan tabel 1 diatas menunjukkan *average variance extracted* penelitian ini memberikan nilai diatas 0.5 pada setiap indikator yang berarti memiliki nilai yang baik pada setiap indikatornya.

Tabel 2. *Composite Reliability*

	<i>Composite Reliability</i>
Fokus Pelanggan	0.785
Respon Pelanggan	0.902
Proaktif	0.869
Inovasi	0.900
Pengambilan Resiko	0.871
Kinerja UKM	0.900

Sumber: Hasil data menggunakan *SmartPLS*

Dalam tabel 2 hasil menunjukkan *composite reliability* dalam penelitian ini memiliki nilai lebih dari 0.70 untuk semua konstruk sehingga dapat dikatakan memenuhi nilai yang disarankan.

Tabel 3. *Cronbach's Alpha*

	<i>Cronbach's Alpha</i>
Fokus Pelanggan	0.630
Respon Pelanggan	0.857
Proaktif	0.812
Inovasi	0.833
Pengambilan Resiko	0.814
Kinerja UKM	0.862

Sumber: Hasil data menggunakan *SmartPLS*

Dalam tabel 3 hasil menunjukkan *cronbach's alpha* dalam penelitian ini memiliki nilai lebih dari 0.6 untuk semua konstruk sehingga dapat dikatakan memenuhi nilai yang disarankan.

Hasil *R Square* sebesar 0.19 untuk variabel laten endogen dalam model struktural mengindikasikan bahwa model tersebut lemah, hasil *R Square* sebesar 0.33 untuk variabel laten endogen dalam model struktural mengindikasikan bahwa model tersebut moderat, dan hasil *R Square* sebesar 0.67 untuk variabel laten endogen dalam model struktural mengindikasikan bahwa model tersebut baik (Ghozali, 2014). Hasil nilai  $f^2$  sebesar 0.02, 0.15 dan 0.35 dapat diinterpretasikan apakah prediktor variabel laten mempunyai pengaruh yang lemah, medium atau besar pada tingkat struktural (Ghozali, 2014). Untuk kategori besaran pengaruh dari *Q-Square* yaitu 0.02 memiliki pengaruh kecil, 0.15 memiliki pengaruh dari *Q-Square* yaitu 0.35 memiliki pengaruh besar (Cohen, 1988; dalam Suhan, Samartha, Kodikal, 2018). Apabila nilai *P Values*  $\leq 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen signifikan terhadap variabel dependen, atau sebaliknya apabila nilai *P Values*  $\geq 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak signifikan terhadap variabel dependen (Jaya dan Sumertajaya, 2008). Statistik

uji yang digunakan adalah *t-statistic*, kriterianya adalah apabila nilai *t-statistic* lebih tinggi dari 1.645 atau *p-values* lebih besar sama dengan 0.05, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen (Sanusi, 2011). Nilai GoF *small* apabila nilainya sebesar 0,1, nilai GoF *medium* apabila nilainya sebesar 0,25, dan nilai GoF besar apabila nilainya sebesar 0,38 (Tenenhaus, 2004; dalam Hussein, 2015).

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

	<i>R-Square</i> ( $R^2$ )
Kinerja UKM	0.606

Sumber: Hasil data menggunakan *SmartPLS*

Dalam tabel 10 koefisien determinasi R-Square dapat dijelaskan bahwa hasil nilai kinerja UKM sebesar 0.606 yang artinya 60.6% dapat dipengaruhi oleh Fokus Pelanggan, Respon Pelanggan, Proaktif, Inovasi dan Pengambilan Resiko.

Tabel 5. Hasil Uji Pengukuran *Q-Square* ( $Q^2$ )

	<i>Q-Square</i> ( $Q^2$ )
Kinerja UKM	0.288

Sumber: Hasil data menggunakan *SmartPLS*

Dalam tabel 5, Pengukuran *Q-Square* sebesar 0.288 dapat dijelaskan bahwa hasil nilai variabel Fokus Pelanggan, Respon Pelanggan, Proaktif, Inovasi dan Pengambilan Resiko memiliki relevansi prediktif terhadap Kinerja UKM.

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis

	<i>Original Sample</i>	<i>t-statistic</i>	<i>p-values</i>
Fokus Pelanggan → Kinerja UKM	0.276	2.540	0.011
Respon Pelanggan → Kinerja UKM	-0.386	2.462	0.014
Proaktif → Kinerja UKM	0.324	2.242	0.025
Inovasi → Kinerja UKM	0.498	2.639	0.009
Pengambilan Resiko → Kinerja UKM	0.226	1.982	0.048

Sumber: Hasil data menggunakan *SmartPLS*

Hasil dari uji hipotesis pertama adalah variabel fokus pelanggan terhadap variabel kinerja UKM yang memiliki nilai *t-statistic* sebesar 2.540 yang berarti lebih tinggi dari 1.645, nilai *p values* sebesar 0.011 yang berarti lebih kecil dari 0.05 dan nilai *original sample* sebesar 0.276 yang berarti positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fokus pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian Lu dan Zhang (2016) yang menunjukkan bahwa fokus pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM. Hal ini menunjukkan tingkat fokus pelanggan usaha pemanfaatan kayu bekas di Jakarta Barat memiliki pengaruh terhadap kinerja usahanya dengan sikap yang mengutamakan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memberikan nilai tambah secara terus menerus dan memberikan perhatian yang besar terhadap pelanggan.

Hasil dari uji hipotesis kedua adalah variabel respon pelanggan terhadap variabel kinerja UKM yang memiliki nilai *t-statistic* sebesar 2.462 yang berarti lebih tinggi dari 1.645, nilai *p values* sebesar 0.014 yang berarti lebih kecil dari 0.05 dan nilai *original sample* sebesar -0.386 yang berarti negatif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa respon pelanggan memiliki pengaruh negatif yang berarti berjalan berlawanan arah namun signifikan terhadap kinerja UKM. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian Lu dan Zhang (2016, h. 15) yang menunjukkan

bahwa respon pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian Stephani, Indarini, dan Honantha (2008) yang menunjukkan bahwa respon pelanggan berpengaruh positif terhadap kinerja UKM. Hal ini dapat dikaitkan dengan teori menurut Kohli dan Jaworski (1990) yang mengatakan bahwa dalam respon pelanggan diperlukan untuk mengetahui dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Hal ini juga dapat dikarenakan perusahaan sudah mengikuti keinginan dari pelanggan tetapi pelanggan masih merasa tidak puas, karena keinginan pelanggan yang tidak sesuai ekspektasi dan beragam. Hal ini dapat dimaklumi karena UKM biasanya memiliki SDM yang terbatas sehingga adanya keterbatasan tenaga kerja.

Hasil dari uji hipotesis ketiga adalah variabel proaktif terhadap variabel kinerja UKM yang memiliki nilai *t-statistic* sebesar 2.242 yang berarti lebih tinggi dari 1.645, nilai *p values* sebesar 0.025 yang berarti lebih kecil dari 0.05 dan nilai original sample sebesar 0.324 yang berarti positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa proaktif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian Amin (2015) yang menunjukkan bahwa proaktif berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat proaktif usaha pemanfaatan kayu bekas di Jakarta Barat memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha dimana UKM mengambil inisiatif untuk mengkreasikan sesuatu yang baru untuk dapat meningkatkan nilai dari kayu bekas.

Hasil dari uji hipotesis keempat adalah variabel inovasi terhadap variabel kinerja UKM yang memiliki nilai *t-statistic* sebesar 2.639 yang berarti lebih tinggi dari 1.645, nilai *p values* sebesar 0.009 yang berarti lebih kecil dari 0.05 dan nilai original sample sebesar 0.498 yang berarti positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian Amin (2015) yang menunjukkan bahwa Inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM. Dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat inovasi usaha pemanfaatan kayu bekas di Jakarta Barat berpengaruh terhadap kinerja usaha, dimana UKM memiliki ide-ide baru, dapat bereksperimen, serta berproses untuk dapat menghasilkan produk yang baru.

Hasil dari uji hipotesis kelima adalah variabel pengambilan resiko terhadap variabel kinerja UKM yang memiliki nilai *t-statistic* sebesar 1.982 yang berarti lebih tinggi dari 1.645, nilai *p values* sebesar 0.048 yang berarti lebih kecil dari 0.05 dan nilai original sample sebesar 0.226 yang berarti positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengambilan resiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian Quantananda dan Haryadi (2015) yang menunjukkan bahwa pengambilan resiko berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM. Berdasarkan hasil tersebut dapat ditunjukkan bahwa dampak positif pengambilan resiko terhadap kinerja karena UKM memiliki komitmen dan keberanian dalam perhitungan serta pengambilan resiko.

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dari fokus pelanggan terhadap kinerja UKM pada usaha pemanfaatan kayu bekas di Jakarta Barat, terdapat pengaruh negatif dari respon pelanggan terhadap kinerja UKM pada usaha pemanfaatan kayu bekas di Jakarta Barat, terdapat pengaruh positif dari inovasi terhadap kinerja UKM pada usaha pemanfaatan kayu bekas di Jakarta Barat, terdapat pengaruh positif dari proaktif terhadap kinerja UKM pada usaha pemanfaatan kayu bekas di Jakarta Barat, terdapat pengaruh positif dari pengambilan resiko terhadap kinerja UKM pada usaha pemanfaatan kayu bekas di Jakarta Barat.

Saran untuk peneliti selanjutnya pada penyebaran kuesioner disarankan untuk lebih memperluas jangkauan lagi seperti di Jakarta atau di Tangerang, agar jumlah partisipan lebih banyak sehingga mendapatkan hasil yang lebih optimal lagi dan disarankan untuk memperluas responden lagi, agar yang diteliti tidak hanya pada Usaha Kecil Menengah (UKM) saja tetapi juga dapat meneliti Usaha Besar.

#### **Ucapan Terima Kasih (Acknowledgement)**

Dalam penelitian ini, disadari adanya beberapa kendala dalam penelitian. Dengan adanya bimbingan, dan bantuan dari beberapa pihak, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Terutama Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan hasil yang memuaskan. Ibu Ida Puspitowati, S.E., M.E. selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan serta petunjuk dalam pengerjaan penelitian ini. Terima kasih atas perhatian dan kerja sama dari seluruh pihak.

#### **REFERENSI**

- Amin, M. (2015). The Effect of Entrepreneurship Orientation and Learning Orientation on SMEs' Performance: an SEM-PLS Approach. *J For International Business Entrepreneurship Development*, 8(3), 215-229.
- Ferdian, F., Maulina, I. & Rosidah. (2012). Analisis Permintaan Ikan Lele Dumbo (*Clarias Gariepinus*) Konsumsi di Kecamatan Losarang Kabupaten Indramayu. *Jurnal Prikanaan dan Kelautan*, 3(4), 93-98.
- Ghozali, H. I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universtas Diponegoro Semarang.
- Hussein, A. S. (2015). *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan SmartPLS 3.0*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Jaya, I. G. N. & Sumertajaya, I. M. (2008). Pemodelan Persamaan Struktural dengan Partial Least Square. *Semnas Matematika dan Pendidikan Matematika*.
- Kasali, R. (2010). *MYELIN: Mobilisasi Intagibles Menjadi Kekuatan Perubahan*. Jakarta: Gramedia.
- Kohli, A. K. & Jaworski, B. J. (1990). Market Orientation: the Construct, Research Propositions, and Managerial Implications. *Journal of Marketing*, 54, 1-18.
- Lestari. (2010). Pengaruh Orientasi Wirausaha terhadap Kinerja UMKM Eksportir Kerajinan Keramik di Plered, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat.
- Lu, J. & Zhang, G. (2016). The Effect of Customer Orientation and Entrepreneurial Orientation on Performance of SMEs: Comparison between Chinese and South Korean SMEs. *Global Journal of Management and Business Research: A Administration and Management*, 16(12), 1-17.
- Lumpkin, G. T. & Dess, G. G. (2001). Linking Two Dimensions of Entrepreneurial Orientation to Firm Performance: The Moderating Role of Environment and Industry Life Cycle. *Journal of Business Venturing*, 16, 429-451.
- Miller, D. (1983). The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms, *Management Science*, 29(7).
- Narver, J. C. & Slater, S.F. (1990). The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*. 54(4), 20-35.
- Nurhayati. (2008). Studi Perbandingan Metode Sampling Antara Simple Random Stratified Random. *Jurnal Basis Data, ICT Research Center UNAS*, 3(1), 18-32.



- Octavia, A. (2012). Pengaruh Orientasi Pelanggan terhadap Keunggulan Bersaing Batik Jambi dengan Bauran Pemasaran Sebagai Intervening Variable.
- Pramessti, N. M. V. & Giantari, I. G. A. K. (2016). Peran Orientasi Pasar Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UKM Industri Kerajinan Endek. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(9), 5754-5782.
- Quantananda, E. & Haryadi, B. (2015). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Surabaya. 3(1), 706-715.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: Penerbit Salemba Empat.
- Sari, R. K. (2019). Respon Konsumen terhadap Produk Mie Instan Indofood di Royal Swalayan Situbondo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH*, 17(1), 73-87.
- Stephani, A., Indarini, & Honantha, R. (2008). Pengaruh Brand Association terhadap Consumer Response pada Produk Louis Vuitton di Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 1(3).
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhan., Samartha, V. & Kodikal, R. (2018). Measuring the Effect Size of Coefficient of Determination and Predictive Relevance of Exogenous Latent Variables on Endogenous Latent Variables through PLS-SEM. *International Journal of Pure and Applied Mathematics*, 119(18), 39-48.
- Sujianto, A. E. (2009). *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: PT. Prestasi Pustakaraya.
- Sumiati. (2015). Pengaruh Strategi Orientasi Wirausaha dan Orientasi Pasar Pengaruhnya terhadap Kinerja Perusahaan UMKM di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 1(1), 31-44.
- Slamet, F. & Iskandar, D. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha pada Pemilik UKM Manufaktur Garmen di Tanah Abang, Jakarta Pusat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 16(1), 13-24.
- Sutarman, I. W. (2016). Pemanfaatan Limbah Industri Pengolahan Kayu di Kota Denpasar (Studi Kasus Pada CV Aditya). *Jurnal PASTI*, 10(1), 15-22.
- Telan, A. C. N. (2011). Analisis Pengaruh Faktor Teknologi, Kualitas Layanan, dan Foku Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Wardoyo, P., Rusdianti, E. & Purwantini, S. (2015). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Strategi Usaha dan Kinerja Bisnis UMKM di Desa Ujung-Ujung, Kec. Pabelan, Kab Semarang.