

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **1.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dikemukakan kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Orientasi Pasar berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran pada UMKM kuliner saji di Kota Padang.
2. Orientasi Pembelajaran berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran pada UMKM kuliner saji di Kota Padang.
3. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran pada UMKM kuliner saji di Kota Padang.

#### **1.2 Implikasi Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi implikasi penelitian dan pedoman serta masukan bagi para pengusaha UMKM kuliner saji di Kota Padang. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kinerja pemasaran UMKM di Kota Padang tergolong kedalam kategori sedang atau belum dapat dikatakan tinggi. Oleh karena itu, diperlukan berbagai upaya untuk meningkatkan kinerja pemasaran pada UMKM kuliner saji di Kota Padang dimasa yang akan datang.

Upaya peningkatan kinerja pemasaran pada UMKM kuliner saji di Kota Padang sebagaimana dijelaskan diatas dapat dilakukan dengan cara meningkatkan orientasi pasar. Hal ini dikarenakan hasil penelitian ini telah membuktikan secara empiris bahwa variabel orientasi pasar merupakan variabel penting yang

mempengaruhi kinerja pemasaran pada UMKM kuliner saji. Meskipun saat penelitian ini berlangsung variabel orientasi pasar telah tergolong kedalam kategori sedang (rata-rata skor 3,67 dan TCR 73,40%), namun di masa yang akan datang para pelaku UMKM hendaknya lebih mampu meningkatkan orientasi pasar sehingga rata-rata skor akan berada diatas 3,67

Tindakan konkrit yang dapat dilakukan oleh para palaku UMKM dalam rangka meningkatkan orientasi pasar adalah dengan cara memperhatikan dan menaikan item-item pernyataan pada variabel orientasi pasar yang memiliki skor rata-rata masih relatif rendah, misalnya, UMKM kulier saji di kota padang masih kurang menanggapi tindakan kompetitif pesaing, hal ini terbukti pada item pernyataan pada indikator orientasi pesaing (OP5) dengan rata-rata skor 2,99 dan TCR 59,80% dan masih kurangnya melakukan pemantauan terhadap strategi pesaing, hal ini juga terbukti pada item pernyataan pada indikator orientasi pesaing (OP6) dengan rata-rata skor 2,92 dan TCR 58,40%.

Hal lain yang harus diperhatikan oleh palaku UMKM sebagai upaya untuk meningkatkan kinerja pemasaran UMKM kuliner saji di Kota Padang adalah dengan meningkatkan orientasi pembelajaran. Hal ini dikarenakan hasil penelitian ini telah membuktikan secara empiris bahwa variabel orientasi pembelajaran merupakan variabel penting yang mempengaruhi kinerja pemasaran. Meskipun saat ini penelitian ini berlangsung variabel orientasi pembelajaran telah tergolong kedalam kategori cukup baik (rata-rata skor 3,73 dan TCR 74,28%), namun di masa yang akan datang para pelaku UMKM hendaknya mampu meningkatkan orientasi pembelajaran sehingga skor rata-rata berada diatas 3,46.

Tindakan konkrit yang dapat dilakukan oleh para pelaku UMKM dalam rangka memaksimalkan orientasi pembelajaran adalah dengan cara memperhatikan dan menaikkan item-item pernyataan pada variabel orientasi pembelajaran yang memiliki skor rata-rata masih relatif rendah, misalnya UMKM kuliner saji di kota padang masih kurang untuk mempertahankan budaya belajar, hal ini terbukti pada item pernyataan pertama (OPM1) dengan rata-rata skor 3,13 dan TCR 62,60%.

Hal lainnya yang harus diperhatikan oleh para pelaku UMKM sebagai upaya meningkatkan kinerja pemasaran UMKM kuliner saji di Kota Padang adalah meningkatkan orientasi kewirausahaan. Hal ini dikarenakan hasil penelitian ini telah membuktikan secara empiris bahwa variabel orientasi kewirausahaan merupakan variabel penting yang mempengaruhi kinerja pemasaran pada UMKM. Meskipun saat penelitian ini berlangsung variabel orientasi kewirausahaan telah tergolong dalam kategori cukup baik (rata-rata skor 3,73 dan TCR 74,28%), namun di masa yang akan datang para pelaku UMKM hendaknya lebih mampu meningkatkan orientasi kewirausahaan sehingga skor rata-rata akan berada diatas 3,73.

Tindakan konkrit yang dapat dilakukan oleh para pelaku UMKM dalam rangka memaksimalkan orientasi kewirausahaan adalah dengan cara memperhatikan dan menaikkan item-item pertanyaan pada variabel orientasi kewirausahaan yang memiliki skor rata-rata masih relatif rendah, misalnya UMKM kuliner saji di kota padang masih kurang untuk mencoba proses bisnis hal baru, hal ini terbukti pada item pernyataan pada indikator *innovativeness* (OK4) dengan rata-rata skor 3,23 dan TCR 64,40 dan masih kurangnya untuk mejadi pelopor dalam

memperkenalkan produk, hal ini terbukti pada item pernyataan pada indikator *proactiveness* (OK10) dengan rata-rata skor 3,07 dan TCR 61,20.

### **1.3 Keterbatasan dan Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka beberapa keterbatasan dan saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada UMKM kuliner saji, sehingga hasil penelitian belum dapat dikatakan sama dengan jenis UMKM lainnya. Dengan demikian, disarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat melakukan penelitian dengan model yang sama terhadap objek yang berbeda seperti UMKM kuliner kemasan, UMKM fashion, dll.
2. Penelitian ini hanya membatasi pada orientasi pasar, orientasi pembelajaran dan orientasi kewirausahaan sebagai faktor penentu kinerja pemasaran dengan demikian disarankan peneliti lain mengembangkan model penelitian ini dengan menambahkan variabel lain baik yang dapat mempengaruhi kinerja pemasaran maupun variabel yang menjadi akibat dari kinerja pemasaran
3. Jumlah responden pada penelitian ini hanya sebanyak 105 palaku usaha UMKM atau masih relatif kecil. Dengan demikian, disarankan kepada peneliti berikutnya agar dapat menggunakan jumlah responden yang lebih besar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Djamila. (2018). Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Ukm Kota Makassar, *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)*, 5(1), 2597-6990, 95-111.
- Alarape, A. A. (2013). Entrepreneurial Orientation and The Growth Performance of Small and Medium Enterprises in Southwestern Nigeria. *Journal of Small Business dan Entrepreneurship*, 26(6): 553-577.
- Anshori, Mohamad Yusak. (2010). Pengaruh orientasi pasar, intellectual capital, dan orientasi pembelajaran terhadap inovasi, Studi Kasus pada Industri Hotel di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 3(3), 317 – 329.
- Aprizal. (2018). *Orientasi pasar dan keunggulan bersaing (studi kasus penjualan komputer)*. Celebes Media Perkasa
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Asashi, Tesa., dan Sukaatmadja, I Putu Gde. (2017). Peran inovasi produk dalam memediasi pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran, *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(4), 2302-8912, 1816-1845.
- Aulia, Rizki., Astuti, Miguna., dan Ridawan, Haryanto. (2019). Meningkatkan Kinerja Pemasaran melalui Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 27-38.
- Ayuni, Sri dan Sulisty, Heru. (2018). *Model pengembangan orientasi kewirausahaan dan modal sosial dalam meningkatkan kinerja umkm*. Penerbit: Unissula Press. ISBN. 978-602-1145-75-3
- Bagas, Prakosa. 2005. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Pembelajaran terhadap Kinerja Perusahaan untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris pada Industri Manufaktur di Semarang). *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, Vol. 02, No. 01.
- Baker, William E., & Sinkula, James M. (2009). The Complementary Effects of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation on Profitability in Small Businesses, *Journal of Small Business Management*, 47(4), 443-464.
- Bakti, S., & Harun, H. (2011). Pengaruh Orientasi Pasar dan Nilai Pelanggan Terhadap Kinerja Pemasaran Maskapai Penerbangan Lion Air. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 3(1), 1–15.
- Basuki, & Widyanti, R. (2014). Pengaruh Strategi Keunggulan Bersaing dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis UNIKSA Banjarmasin*, 1(2), 1–14.

- Benito, Oscar Gonzalez., Benito, Javier Gonzalez., and Gallego, Pablo A. Munoz. (2008). Role of entrepreneurship and market orientation in firms' success. *European Journal of Marketing*. 43(3), 501-522.
- Bustan, Jusmawi. (2016). Pengaruh karakteristik wirausaha, orientasi pembelajaran dan orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha (Studi Pada Usaha Kecil Pengolahan Pangan Di Kota Palembang), 14(1), 29-42.
- Charles, Lagat., Joel, Chepkwony., Samwel, Kotut C. (2012). Market Orientation and Firm Performance in the Manufacturing Sector in Kenya. *European Journal of Business and Management*, 4(10) ISSN 2222-1905 (Paper) ISSN-2839 (Online).
- Deshpande, Rohit., & U. Farley Jonh. (2004). Organizational culture, market orientation, innovativeness, and firm performance: an international research odyssey, *Intern. J. of Research in Marketing*, 3-22.
- Dess, Gregory G., Lumpkin, G. T., Eisner, Alan B., & McNamara, Gerry. (2014). *Strategic management: text and cases, seventh edition*, McGraw-Hill Education, 2 Penn Plaza, New York, NY.
- Dewi, Ni Made Putri dan Ekawati, Ni Wayan. (2017). Peran keunggulan bersaing dalam memediasi pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 6(9), ISSN: 2302-8912, 4947-4977
- Djayadiningrat, Adinda Fauziyyah., Sukaatmadja, I Putu Gde., dan Yasa, Ni Nyoman Kerti. (2017). Peran inovasi produk memediasi orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran imk sektor industri makanan kota Denpasar, *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(9), 2302-8912, 4978-5004.
- Djojjobo, C.V., dan Tawas, H.N. (2014). Pengaruh orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3): 1214-1224.
- Elwisam, dan Lestrai, Rahayu. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif dan Orientasi Pasar untuk meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. 4(2), E-ISSN: 2581-2165 P-ISSN: 257-7502
- Fadhillah, Yosi., Yacob Syahmardi., dan Lubi, Tona Aurora. (2021). Orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan media sosial terhadap kinerja pemasaran dengan keunggulan bersaing sebagai intervening pada ukm di kota jambi, *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 10(1), 2252-8636, 1-15.
- Fatmawati, R. A., Pradhanawati, A., & Ngatno. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja

- Pemasaran Pada Warung Angkringan Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(3), 351–362.
- Fatoki, Olawale. (2012). The Impact of Entrepreneurial Orientation on Access to Debt Finance and Performance of Small and Medium Enterprise in South Africa. *Journal of Social and Science*, 32(2): h: 121-131.
- Ferdinand, Augusty Tae. (2005). *Modal Sosial Dan Keunggulan Bersaing: Wajah Sosial Strategi Pemasaran*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro ISBN: 979-704-361-4
- Frederick, Howard., O’connor, Allan., & Kuratko, Donald F. (2016). *Entrepreneurship*, South Melbourne, Victoria Australia 3205.
- George, Jennifer M., and Jones, Gareth R. (2012) *Understanding and Managing Organizational Behavior Sixth Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Ghozali, I. (2018) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunisto dan Hanfan. (2019) *Manajemen Pemasaran Membangun Kinerja Pemasaran UMKM*. Semarang: Indonesia Research Society (IRS).
- Hafeez, Muhammad Haroon, Shariff, Mohd Noor Mohd, dan Lazim, Halim Bin Mad. (2012). Relationship between Entrepreneurial Orientation, Firm Resource, SME Branding and Firm’s Performance: Is Innovation the Missing Link?. *American Journal of Industrial and Business Management*, (2): h: 153-159
- Hajar, Siti dan Sukaatmadja, I Putu Gde. (2016). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(10), 6580-6609 ISSN: 2302-8912.
- Halim, Abdul. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terhadap pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 2621-3842.
- Han, Jin K., Kim, Namwoon and Srivasta Rajendra K. (1998) Market orientation and organizational performance: is innovation a missing link?. *Journal of Marketing*. 62. 30-45.
- Hardani., Andrian, Helmina., Ustiawaty, Jumari., Utami, Evi F., Istiqomah, Ria R., Fardani, Roushandy A., Sukamana, Dhika J., Auliya, Hikmatul N. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*, Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Haryanto, Aris Tri., Haryono, Tulus., Sri Runing Sawitri, Hunik. (2017). Market Orientation, Learning Orientation and Small Medium Enterprises

- Performance: The Mediating Role of Innovation, *International Review of Management and Marketing*, 7(1), 2146-4405, 484-941.
- Hatta, Iha Haryani. (2015). Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*, 13(4), 653-661.
- Humairoh., Suharyadi., Rahmat Taufik., Edi. (2021). Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk pada Masa Pandemi Covid-19 terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Kota Tangerang, *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi*, 4(2), 125-141.
- Jalali, Alizera, Jaafar, Mastura dan Ramayah, Thurasamy. (2014). Entrepreneurial Orientation and Performance: The Interaction Effect of Customer Capital. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, (10)1: h: 48-68.
- Jannah, Miftakhul., Irawati, Anugrahini., dan Purnomo, Hadi. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Umkm Batik Gedog Khas Tuban, *Eco-Entrepreneurship*, 5(1), 33-48.
- Jaworski, Bernard J. dan Kohli, Ajay K. (1993). Market Orientation: Antecedent and Consequences. *Journal of Marketing*, 57(3), 53-70.
- Julina, M. M., & Kusuma, A. A. G. A. A. (2017). Peran Inovasi Produk Memediasi Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran pada Fashion Retail di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(9), 5005–5031.
- Kohli, Ajay., & J. Jaworski, Bernard. (1990). Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications, *Journal of Marketing*, 54(2) 1-18.
- Kristinae, Vivy., dan Sahay, Meitiana. (2019). Pengaruh Social Media, Learning Orientation Dan Market Orientation Terhadap Marketing Capabilities Ukm Kerupuk Ikan Saluang Di Kalimantan Tengah, *Open Journal Systems*, 14(2), 2615-3505, 1959-1960.
- Kroeger, James W. (2007). *Firm Performance as a Function of Entrepreneurial Orientation and Strategic Planning Practices and Strategic Planning Practices*. ETD Archive. 170.
- Lee, Tien-Shang dan Tsai, Hsin-Ju. (2005). The effects of business operation mode on market orientation, learning orientation and innovativeness. *Industrial Management & Data Systems*, 105(3), 325-348
- Lumpkin, G. T., & Dess, Gregory G. (1996). Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct And Linking It To Performance, *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.



- Mahfud, Yusqi. (2018) Efek Mediasi Market Orientattion Pad Hubungan Antara Entrepreneurial Orientation Dengan Business Performance (Studi Kasus Pada UMKM Sector Industry Makanan Minuman Di Kabupaten Wonosobo). *Jurnal PPKM II*, 148-160.
- Mahmood, R., & Hanafi, N. (2013). Entrepreneurial Orientation and Business Performance of Women-Owned Small and Medium Enterprises in Malaysia: Competitive Advantage as a Mediator. *International Journal of Business and Social Science*, 4(1), 82-90.
- Manahera, Marta Marsela., Moniharapon, Silcyjeova., dan Tawas, Hendra N. (2018). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk Dan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Umkm Nasi Kuning Di Manado), *Jurnal EMBA*, 6(4), 2303-1174, 3603-3612.
- Mardia., Hasibuan A., Simarmata J., Kuswanto., Lifchatullaillah E., Saragih L., Purba D., Anggusti M., Purba B., Noviasuti N., Dewi I., Gemilang F., Purba S., Tanjung R. (2021). *Kewirausahaan*. Yayasan Kita Menulis
- Mardiyono, Aris. (2018). Analisis Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Kota Semarang. *Serat Acitya – Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 7(1), 82-90, 2302-2752
- Maslucha, Nur'aini dan Sanaji. (2013). Engaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 1(4), 1-12.
- Meekaewkunchorn, Nusanee. (2021). Entrepreneurial Orientation And Sme Performance: The Mediating Role Of Learning Orientation. *Interdisciplinary Approach To Economics And Sociology*, 14(2), 294-312.
- Merakati, Indah., Rusdarti., Wahyono. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientansi Kewirausahaan melalui Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran. *Journal of Economic Education*, 6(2), p-ISSN 2301-7341 e-ISSN 2502-4485, 114 - 123
- Methasari, Melanny., Kurniawan, Gogi., dan Sidik, A. Rochim. (2018). Analisis Orientasi Pasar, Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Umkm Di Kabupaten Madiun. *Jurnal Dinamika Governace FISIP UPN "Veteran" Jatim*, 8(2), 176-188.
- Morris, Michael H., Schindehutte, Minet., LaForge, Raymond W. (2002). Entrepreneurial Marketing: A Construct for Integrating Emerging Entrepreneurship and Marketing Perspectives. *Journal of Marketing Theory and Practice*. ISSN: 1069-6679 (Print) 1944-7175 (Online), 1-18.
- Mulyani, I. T., & Mudiantono. (2015). Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan dengan Inovasi sebagai Variabel Intervening ( Studi Empiris

- pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Semarang ). *Journal of Management*, 4(3), 1–12.
- Narver, John., & Slater F. Stanley. (1990). The Effect of a Market Orientation on Business Profitability, *Journal of Marketing*, 54(4), 20-35.
- Nasution, Aulia Arief. (2014). Analisis kinerja pemasaran pt alfa scorpii medan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*. 14(1). 1-14.
- Nurhasanah, Novi., dan Murwatiningsih. (2018). The Influence Of Market Orientation, Learning Orientation, Innovation And Competitive Advantage To Improve Marketing Performance, *Management Analysis Journal*, 7(4), 2252-6552, 458-468.
- Nurseto, Sendhang. (2018). Pengaruh Saluran Distribusi dan Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada UKM Furniture Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), P-ISSN: 2252-3294 E ISSN: 2548-4923, 103-107.
- Nuvriasari, Audita., Wicaksono, Gumirlang., dan Sumiyarsih. (2015). Peran orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan strategi bersaing terhadap peningkatan kinerja ukm. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. 19(2), 241 – 259.
- Pertiwi, Yunita Dwi dan Siswoyo, Bambang Banu. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Umkm Kripik Buah Di Kota Batu. *Syariah Paper Accounting FEB UMS*. ISSN 2460-0784, 231-238.
- Pramesti, Ni Made Vera dan Giantari, I Gusti Ayu Ketut. (2016) peran orientasi pasar memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja ukm industri kerajinan endek. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 5(9), ISSN: 2302-8912, 5754-5782
- Puspaningrum, Astrid. (2020). Market Orientation, Competitive Advantage and Marketing Performance of Small Medium Enterprises (SMEs), *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 23(1), 19-27
- Rahmasari, Lisda. (2010). Peningkatkan Kinerja melalui Orientasi Pembelajaran, Kerja Cerdas dan Kerja Keras. *Majalah Ilmiah INFORMATiKA*. 1(1), 39-46
- Ranto, Dwi Wahyu Pril. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Umkm Bidang Kuliner Di Yogyakarta, *JBMA*, 3(2), 2252-5483, 1-11.
- Real, J. C., Roldán, J. L., & Leal, A. (2014). From Entrepreneurial Orientation and Learning Orientation to Business Performance: Analysing The Mediating Role of Organizational Learning and The Moderating Effects of Organizational Size. *British Journal of Management*, 25(2), 186–208.

- Rodriguez, Antonio L. Leal., dan Morant, Gema Albort. (2016). Linking market orientation, innovation and performance: an empirical study on small industrial enterprises in Spain. *Journal of Small Business Strategy*.26(1), 37-50.
- Rusdiana. (2018). *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Saraswati, Putu Diah dan Santika, I Wayan. (2019). Peran inovasi produk memediasi orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran produsen makanan oleh-oleh khas Bali. *E-Jurnal Manajemen*, 8(12), ISSN : 2302-8912, 6992-7012.
- Sefnedi. (2017). The Market Orientation and Performance Relationship: The Empirical Link in Private Universities, *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 19(1), 1411-1438, 28-37.
- Sinkula, J. M., Baker, W.E. & Noordewier, T. (1997). A Framework for Market Based Organizational Learning: Linking Values, Knowledge and Behavior, *Journal of the Academy Marketing Science*, Vol. 25, p: 305-318.
- Sudarsono, B. (2015). Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Strategi Bisnis dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM). *Jurnal ORBITH*, 11(1): 24-29.
- Sugiyarti, Gita., & Ardiyan, Elia. (2017). Market Sensing Capability and Product Innovation Advantages in Emerging Markets: The Case of Market Entry Quality and Marketing Performance of Batik Industry in Indonesia. *DLSU Business & Economics Review*, 27(1), 175-189.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: CV AFABETA.
- Sujan, Harish, Barton A. Weitz, dan Nirmalya Kumar, (1994), "Learning Orientation, Working Smart, and Effective Selling", *Journal of Marketing*, Vol.58, July, 39-52.
- Sulaeman, Maman. (2018). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*, 2(1), 153-165.
- Syafruddin., Asdar, Muhammad., AS Parawansa, Dian., & Nohong, Mursalim. (2021). The Effect Of Innovation And Learning Orientation On Sme's Business Performance (Study At Creative Industry, Craft Sub-Sector In West Nusa Tenggara), *ECONOMIC BOSOWA JOURNAL*, 7(2) 112-133.
- Ulya, Zikriatul. (2019) Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada Industri

- Kecil Pengolahan Pisang Sale Di Kabupaten Caeh Timur-Aceh), *j-EBIS*, 4(2), 114-125
- Utaminingsih, Adijati. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Ukm Kerajinan Rotan Di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara. *Media Ekonomi dan Manajemen*, 31(2), 0854-1442, 77-87.
- Velean, Dalina., Shoham, Aviv dan Asseraf, Yoel. 2014). Conceptualization of MILE Orientation (Market Innovative Learning Entrepreneurial) for Global Businesses. *Procedia Sosial and Behavioral Sciences*. 109, 837 840
- Wahyono, (2002), Orientasi Pasar dan Inovasinya: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol.1 N0.1. Hal 23-40.
- Widodo, (2008), Meningkatkan Kinerja Pemasaran Dengan Kreativitas Strategi, *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol.1, No. 2 Hal 151-175.
- Winata, Ahmad Yahya Surya. (2010). Mengukur kinerja pemasaran: kajian konseptual perkembangan teori. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 10(2), 194-219.
- Wirawan, Yahya Reka. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pamasaran UMKM Batik di Kabupaten Jombang. *Equilibrium*, 5(1).
- Wolff., L. Pett, Timothy., & J. Kirk Ring. (2015). Small firm growth as a function of both learning orientation and entrepreneurial orientation An empirical analysis, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(5), 1355-2554, 709-730.
- Wulandari, Agesti. (2012). Pengaruh Orientasi Pelanggan, Orientasi Pesaing Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran. *Management Analysis Journal*. 1(2), ISSN 2252-6552, 19-21.
- Wulandari, Wahyu., Sodik., dan Pri Handani, Dharmayanti. (2020). Orientasi Belajar dan Komitmen Terhadap Kinerja UKM melalui Human Capital Sebagai Variabel Intervening Pada UKM Kerajinan di Malang Raya, *Equilibrium*, 9(2), 2684-9313, 45-53.
- Zaini, Achmad., Hadiwidjojo. Djumilah., Rohman, Fatchur., dan Maskie, Ghozali. (2014). Effect Of Competitive Advantage As A Mediator Variable Of Entrepreneurship Orientation To Marketing Performance, *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 16(5), 2319-7668, 5-10.
- Zhao, Y., Li, Y., Lee, S. H., & Chen, L. B. (2011). Entrepreneurial Orientation, Organizational Learning, and Performance: Evidence From China. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 35(2), 293–317.