

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, KEUNGGULAN KOMPETITIF TERHADAP
KEBERLAJUTAN USAHA (STUDI PADA PELAKU UMKM DI KOTA
WAINGAPU)**

Dorkas Lemba Kamunggul¹, Tumpal P. Situmorang²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Universitas Kristen wira Wacana Sumba

Email Korespondensi: dorkaslemba@gmail.com

Email: tumpal.situmorang@unkriswina.ac.id

ABSTRACT

The influence of market orientation, competitive advantage on the sustainability of MSMEs This research aims to analyze how market orientation in business sustainability and increase competitive advantage in a business. This research method uses a quantitative method that aims to explain the relative relationship between the variables investigated and the effects of other variables. The results of the above research can provide a superior strategy for the sustainability of MSMEs and achieve superior competitiveness in the market.

Keywords: Competitive Advantage, Market Orientation, MSME Sustainability.

ABSTRAK

Pengaruh orientasi pasar, keunggulan kompetitif terhadap keberlanjutan UMKM Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana orientasi pasar dalam keberlanjutan usaha serta meningkatkan keunggulan bersaing dalam suatu usaha. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan relative antara variabel-variabel yang diselidiki serta efek suatu variabel lainnya. Hasil penelitian diatas dapat memberikan strategi yang unggul bagi suatu keberlanjutan umkm serta mencapai kompetitif yang unggul di pasar.

Kata Kunci: Keberlanjutan UMKM, Keunggulan Kompetitif, Orientasi Pasar

PENDAHULUAN

Kehadiran UMKM di Indonesia memiliki peranan penting dalam kontribusi UMKM agar memperkuat ekonomi nasional yang terletak pada kemampuannya untuk menciptakan kesempatan kerja yang besar dan merata serta mengurangi tingkat pengangguran di negara ini. UMKM sebagai entitas harus menunjukkan kinerja yang unggul. Sebagian besar UMKM didirikan oleh penduduk Indonesia. UMKM juga berperan dalam mendukung aktivitas ekonomi dengan menciptakan peluang kerja, meningkatkan nilai ekspor, dan memperkuat investasi dalam negeri. Peran UMKM dalam perdagangan global sangat vital dan merupakan pendorong utama pertumbuhan ekonomi (Trie et al., 2022) Meskipun demikian, UMKM dihadapkan pada sejumlah tantangan yang mempengaruhi kelangsungannya, seperti akses terbatasterhadap pendanaan, kurangnya infrastruktur yang memadai, tantangan dalam pemasaran, dan masalah keuangan (Machin et al., 2023).

Orientasi pasar merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keberlanjutan UMKM. Orientasi pasar mengacu pada kemampuan dan keinginan UMKM untuk memahami dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen secara berkelanjutan. UMKM yang memiliki orientasi pasar yang kuat cenderung lebih responsif terhadap perubahan preferensi konsumen dan kondisi pasar. Hal ini memungkinkan mereka untuk menyesuaikan produk dan layanan mereka secara tepat waktu, sehingga dapat menciptakan nilai-nilai keunggulan bagi pelanggan. Orientasi pasar digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang preferensi konsumen serta dinamika persaingan, yang kemudian digunakan oleh perusahaan untuk merancang strategi baruguna meningkatkan kepuasan pelanggan (Fu & Anisa, 2022).

Selain orientasi pasar, keunggulan kompetitif juga memainkan peran penting dalam mendukung

keberlanjutan UMKM (Arbawa & Wardoyo, 2018). Keunggulan kompetitif dapat diperoleh melalui berbagai cara, seperti inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, efisiensi operasional, dan diferensiasi produk (Situmorang, 2023). UMKM yang berhasil membangun keunggulan kompetitif memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang di pasar yang kompetitif (Ernawati et al., 2022). Keunggulan ini memungkinkan UMKM untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, mengatasi tekanan persaingan, dan meningkatkan profitabilitas. orientasi pasar juga dapat meningkatkan fleksibilitas dan adaptabilitas UMKM dalam menghadapi perubahan pasar (Taufik, 2019).

Orientasi pasar memastikan bahwa UMKM selalu berada di jalur yang benar dalam memenuhi kebutuhan konsumen, sementara keunggulan kompetitif memberikan UMKM alat untuk bersaing secara efektif di pasar. Kombinasi dari kedua faktor ini memungkinkan UMKM untuk membangun basis pelanggan yang loyal, meningkatkan efisiensi operasional, dan mencapai kinerja keuangan yang sehat. Berdasarkan ini, hipotesis keempat adalah bahwa sinergi antara orientasi pasar dan keunggulan kompetitif memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap keberlanjutan UMKM. orientasi pasar dan keunggulan kompetitif dalam mendukung keberlanjutan UMKM semakin relevan dalam konteks globalisasi dan digitalisasi. Pasar yang semakin terintegrasi dan penggunaan teknologi yang semakin luas menuntut UMKM untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan cepat. Orientasi pasar membantu UMKM untuk tetap relevan dengan kebutuhan konsumen yang dinamis, sementara keunggulan kompetitif memungkinkan mereka untuk bersaing secara efektif di berbagai pasar.

Kinerja UMKM adalah cerminan dari sejauh mana UMKM berhasil mencapai tujuan bisnisnya dan keberlanjutan usaha (Performa, 2020). Merujuk data Dinas Koperasi tahun 2023, jumlah UMKM di Kabupaten Sumba Timur pada tahun 2019-2022 mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2019, jumlah UMKM sebanyak 12.891-unit dan meningkat menjadi 13.923-unit pada tahun 2020. Selanjutnya, jumlah UMKM kembali meningkat menjadi 15.118-unit pada tahun 2021 dan tercatat sebanyak 15.636-unit pada tahun 2022 di Kota Waingapu. Berdasarkan kajian literatur dan fenomena bisnis di atas, peneliti tertarik untuk mengeksplorasi pengaruh kompetensi kewirausahaan, inovasi produk, dan kinerja UMKM terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Waingapu. Dengan memahami faktor-faktor ini, diharapkan dapat ditemukan strategi yang efektif untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di wilayah tersebut.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan relative antara variabel-variabel yang diselidiki serta efek suatu variable terhadap variable lainnya. Populasi merujuk pada domain umum yang mencakup objek dan subjek yang menampilkan karakteristik khusus yang telah ditentukan dan dipilih oleh peneliti berdasarkan kesimpulannya (Prasetya, 2020) Begitupun Sampel dari penelitian ini menganalisis pengaruh orientasi pasar dan keunggulan kompetitif terhadap keberlanjutan usaha serta dampaknya terhadap UMKM di Kecamatan Kota Waingapu. Data penelitian diperoleh dari 100 responden bagi pelaku usaha di Kecamatan Kota Waingapu melalui penyebaran kuesioner.

PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Responden

Penelitian ini menganalisis pengaruh orientasi pasar dan keunggulan kompetitif terhadap keberlanjutan usaha serta dampaknya terhadap UMKM di Kecamatan Kota Waingapu. Data penelitian diperoleh dari 100 responden pelaku usaha di Kecamatan Kota Waingapu melalui penyebaran kuesioner. Penelitian ini menggunakan dua variable bebas, yaitu orientasi pasar dan keunggulan kompetitif, dan satu variable keberlanjutan UMKM, dan satu variable mediasi terkait. Selanjutnya, data yang digunakan untuk mengelola respon adalah data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner. Data primer ini akan digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Tabel 1. Sebaran Kusioner

Sebaran kusioner		Kusioner	
No	Kelurahan	Disebar	Diolah
1.	Kamalaputi	30	30
2.	Kambajawa	20	20
3.	Matawai	25	25
4.	Hambala	25	25
Total		100	100

Sumber: data primer diolah 2022

Berdasarkan Tabel 1, data sebaran kusioner yang dilakukan di empat kelurahan di Kecamatan Kota Waingapu menunjukkan bahwa masing-masing kelurahan, yaitu Kelurahan Kamalaputi, Kelurahan Kambajawa, Kelurahan Matawai, dan Kelurahan Hambala. Karakteristik responden berdasarkan Jenis kelamin mayoritas pelaku usaha adalah perempuan dengan umur 20-30 tahun dan berpendidikan mayoritas SMA serta lama usaha 16-20 tahun.

Table 2. Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Jenis kelamin	Laki – laki	35	35%
		Perempuan	65	65%
2	Umur	20-30 tahun	47	47%
		31-40 tahun	53	53%
3	Pendidikan	SD	4	4%
		SMP	11	11%
		SMA	62	62%
		SARJANA	23	23%
4	Lama Usaha	1-5 Tahun	24	24%
		6-10 Tahun	26	26%
		11-15 Tahun	18	18%
		16-20 tahun	32	32%
		> 20 tahun	0	0,00%

Sumber: data primer diolah 2022

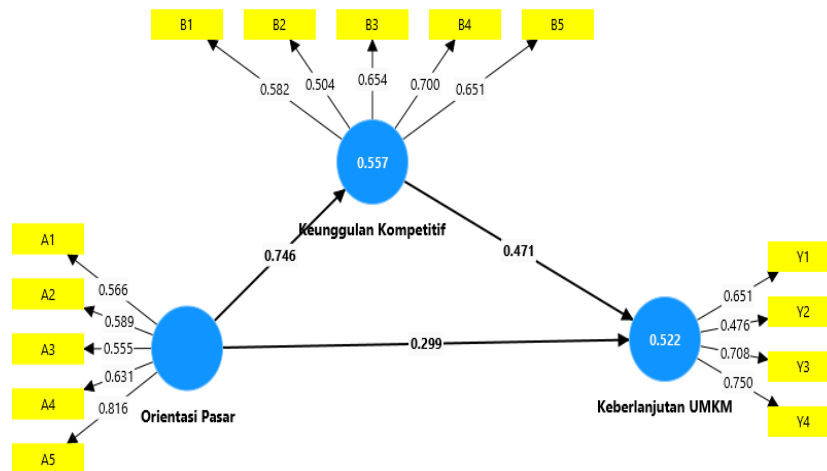
Uji Auter Model (Measurement Model)

Uji Validitas Convergent

Data yang kami peroleh dari kusioner akan diberi skordari 1 hingga 5, menggunakan skala Likert yang kaya akan nuansa. Kemudian, data ini akan diolah dengan menggunakan metode PLS-SEM melalui perangkat lunak SmartPLS versi 4.0, memulai petualangan dengan tahap pertama yaitu outer model. Menurut (Kurniati et al., 2022) mengizinkan nilai 0,6-0,7 untuk penelitian awal. Namun, tetap berpegang pada ambang batas nilai AVE 0,5 untuk memastikan data yang kami miliki benar-benar valid.

Hasil penelitian ini telah menjalani transformasi Ajaib melalui perangkat lunak SmartPLS 4.0, membawa kedalam petualangan analisis yang mendalam. Berikut adalah perincian yang mengaksikkan:

Gambar 1. Uji Validitas Convergent



Pengujian Validitas Diskriminan

Dalam memastikan masing-masing variabel laten, kita menjalani proses yang menarik yaitu: Validitas Diskriminan. Model ini menjadi semakin kuat ketika diagonal AVE dari setiap konstruk eksogen mengungguli korelasi dengan konstruk lainnya. Pendekatan Fornell-Larcker Criterion dari (Zoelyn & Ie, 2023) menawarkan panduan berharga, mengizinkan kita untuk memperkuat validitas diskriminan dengan melihat akar kuadrat dari AVE. Saat nilai indikator terhadap variabelnya sendiri melampaui nilai terhadap variabel lain, kita bisa merayakan kesuksesan dalam memenuhi kriteria ini. Kemudian, kita melanjutkan perjalanan dengan analisis reliabilitas. Memberikan petunjuk yang jelas: nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha yang melebihi 0,7 menandakan reliabilitas yang memuaskan. Namun, jika angka tersebut berada di antara 0,6 hingga 0,8, kita bisa merasa sangat yakin akan keandalan data yang kita peroleh. Uji Validitas Diskriminan menjadi tonggak penting berikutnya, diperkuat oleh (Zoelyn & Ie, 2023) menegaskan bahwa perbandingan akar AVE dengan korelasi antar konstruk setidaknya harus melebihi 0,50. Dengan melihat output dari kriteria Fornell-Larcker, dengan variabel Keberlanjutan UMKM mencapai 0,751, Keunggulan Kompetitif mencapai 0,857, dan Orientasi Pasar mencapai 0,695, kita dapat menhasilkan pengujian validitas diskriminan diperoleh sebagai berikut :

Tabel 3. Pengujian Discriminat Validity

	Keberlanjutan UMKM	Keunggulan Kompetitif	Orientasi Pasar
Keberlanjutan UMKM	0.734		
Keunggulan Kompetitif	0.522	0.842	
Orientasi Pasar	0.597	0.579	0.748

Hasil uji validitas diskriminan pada Tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah memiliki nilai akar kuadrat AVE di atas nilai korelasi dengan konstruk laten lainnya sehingga dapat disimpulkan bahwa model telah memenuhi validitas diskriminan.

Pengujian Reabilitas Komposit

Uji reliabilitas, landasan kuat dalam mengukur dalam konstruk, bertujuan untuk memastikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen yang digunakan. Dua pendekatan utama, Cronbach's Alpha dan Composite Reliability, menjadi pilar dalam proses ini. Dalam penelitian confirmatory seperti ini, keduanya memiliki target yang sama: nilai yang lebih besar dari 0,7, sesuai dengan panduan

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

Indexed:



(Ifani, 2023). Namun, dalam konteks penelitian pengembangan, di mana batas loading factor yang digunakan lebih rendah (0,5), nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha yang sedikit di bawah standar masih dapat diterima, asalkan syarat validitas konvergen dan validitas diskriminan telah terpenuhi. Dengan pendekatan yang tepat, meskipun Batasan terasa rendah, kita dapat memastikan bahwa fondasi konstruk yang kita bangun tetap kokoh.

Tabel 4. Reliabilitas Komposit

	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_c)</i>
Keberlanjutan UMKM	0.574	0.777
Keunggulan Kompetitif	0.590	0.830
Orientasi Pasar	0.610	0.791

Hasil dari uji reliabilitas dalam Tabel diatas menyoroti prestasi konstruk secara luar biasa. Variabel Keberlanjutan UMKM, Keunggulan Kompetitif, dan Orientasi Pasar telah berhasil mencapai standar yang diharapkan. Dengan nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha yang melampaui ambang batas 0,7 dan 0,5 secara berturut-turut, konstruk tersebut memancarkan kehandalan yang tak terbantahkan. Sebagai manadi ungkapkan oleh (Nasir, et, 2023) kriteria ini memperkuat kesan bahwa instrument indicator reflektif pada variable tersebut patutdi percaya. Dengan kata lain, setiap pernyataan yang membentuk variabel, dari Keberlanjutan UMKM hingga Keunggulan Kompetitif dan Orientasi Pasar, telah teruji dan terbukti memiliki tingkat reliabilitas yang baik, memberikan fondasi yang kukuh bagi penelitian ini.

Tabel 5. R-Square

	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
Keberlanjutan UMKM	0.403	0.391
Keunggulan Kompetitif	0.336	0.329

Sumber: Smart PLS 4.0

Dari hasil uji R-Square yang menakjubkan dalam table tersebut, kita menemukan bahwa variable Keunggulan Kompetitif menonjol dengan nilai R-Square sebesar 0.403 dan R-Square Adjusted sebesar 0.391. Sementara itu, variable perkembangan Keberlanjutan UMKM juga mencapai hasil yang mengesankan, dengan nilai R-Square sebesar 0.336 dan R-Square Adjusted sebesar 0.329. Dari sinilah kita dapat menyimpulkan bahwa nilai R-Square ini menunjukkan adanya pengaruh yang kuat secara bersama-sama antara Orientasi Pasar (X1), Keunggulan Kompetitif (X2), dan Perkembangan Keberlanjutan UMKM (Y). Dengan temuan ini, kita mendapati bahwa variabel yang terlibat dalam penelitian ini berperan penting dalam menjelaskan variasi yang diamati dalam perkembangan keberlanjutan UMKM.

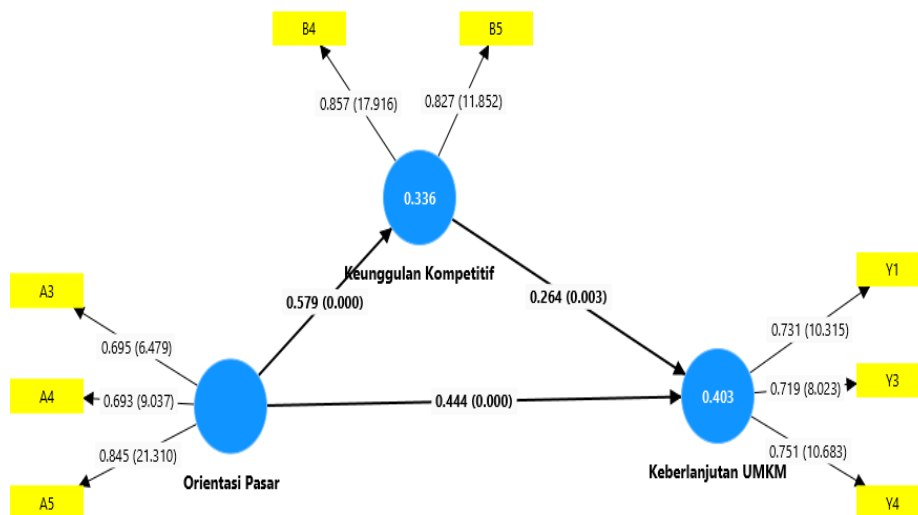
Tabel 6. Model FIT

CollinearityStatistic- vif	
	VIF
Keunggulan Kompetitif ->Keberlanjutan UMKM	1.505
Orientasi Pasar ->Keberlanjutan UMKM	1.505
Orientasi Pasar ->Keunggulan Kompetitif	1.000

Sumber: Data (diolah)

Berdasarkan analisis statistic kolinearitas dalam Tabel di atas menggambarkan bahwa tidak terdapat skor pada konstruk prediktor yang menunjukkan tanda-tanda potensi masalah kolinearitas. Kita tahu bahwa masalah kolinearitas muncul Ketika nilai Variance Inflation Factor (VIF) melebihi angka 5, sesuai dengan panduan (Kurniati et al., 2022) Dalam konteks ini, absennya indikasi VIF yang melebihi ambang batas tersebut memberikan keyakinan bahwa model kita bebas dari gangguan kolinearitas yang berpotensi merusak terpretasi hasil analisis.

Nilai loading factor



Gambar 2. Nilai loading factor

Tabel 7. Path Coefficients-Mean

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Keunggulan Kompetitif->Keberlanjutan UMKM	0.264	0.264	0.090	2.939	0.003
Orientasi Pasar ->Keberlanjutan UMKM	0.444	0.455	0.084	5.287	0.000
Orientasi Pasar ->Keunggulan Kompetitif	0.579	0.577	0.103	5.638	0.000

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

Indexed:



PEMBAHASAN

Pengaruh keunggulan kompetitif Positif secara Signifikan terhadap Keberlanjutan UMKM

Hipotesis ini secara statistik diterima berdasarkan hasil path *coefficients-Mean* yang positif, t-statistics dan p-values yang signifikan. Output penelitian yang dihasilkan saat ini selaras dengan studi yang dibuat oleh (Desy Rahmawati et al., 2022) yang menyatakan bahwa pengaruh keunggulan kompetitif positif secara signifikan pada keberlanjutan UMKM. Keunggulan kompetitif memiliki pengaruh dalam meningkatkan keberlanjutan UMKM. Menurut (Zoelyn & Ie, 2023) Keunggulan kompetitif yang baik membuat pelaku UMKM dapat memaksimalkan keberlanjutan. Hal tersebut mengacu pada kesiapan pelaku UMKM untuk berinovasi lebih pada usaha yang dijualnya sehingga memiliki nilai jual yang baik di mata pelanggan (Tarumanagara, 2022). Bertindak proaktif juga menjadi salah satu kunci kesuksesan bagi pelaku UMKM karena dengan mengambil inisiatif secara cepat atas setiap kejadian maupun hal baru pada UMKM akan menghasilkan keunggulan kompetitif yang baik pada UMKM. Pelaku UMKM 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 Keberlanjutan UMKM.

Pengaruh Orientasi Pasar Positif secara Signifikan terhadap Keberlanjutan UMKM

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 (Tarumanagara, 2022); (Desy Rahmawati et al., 2022) (Zoelyn & Ie, 2023); dan (Sinulingga, 2021) yang mengungkapkan bahwa pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keberlanjutan UMKM. Orientasi Pasar yang baik dapat meningkatkan Keberlanjutan UMKM dengan stabil. Kurangnya kemampuan pada orientasi Pasar menjadikannya yang buruk bagi pelaku UMKM saat ini. Namun, pelaku UMKM harus menguasai keterampilan usaha terlebih dahulu. Kemampuan UMKM dalam mendapatkan berbagai informasi dan perkembangan baru yang cepat akan lebih mudah dalam berinovasi. Kemudian pelaku UMKM 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 UMKM yang mengetahui dengan cepat terkait hal-hal baru akan dapat dengan mudah menentukan kepastian usaha. Tingkat ketidakpastian UMKM dapat dengan cepat diminimalisir apabila menguasai berbagai macam usaha karena hal ini sudah mengetahui apa saja yang diperlukan sehingga membuat Keberlanjutan UMKM lebih cepat meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian dan berbagai pengujian yang sudah dilakukan diperoleh hasil bahwa Variable Orientasi Pasar memiliki pengaruh positif signifikan (Rusnawati & Rapyoga, 2023) terhadap Keberlanjutan UMKM di Kecamatan Kota Waingapu. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Asdar et al., 2021) menyatakan bahwa Orientasi Pasar memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keberlanjutan UMKM dan juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Sinulingga, 2021) menyatakan bahwa secara signifikan berpengaruh terhadap Keberlanjutan UMKM. Namun, itu adalah fakta sebaliknya yang menunjukkan bahwa Orientasi Pasar tidak berpengaruh terhadap Keberlanjutan UMKM. Namun, suatu usaha yang dimiliki perusahaan pasti akan memberikan yang terbaik pada usaha tersebut agar perusahaan memiliki keunikan tersendiri, nah hal ini tentu berkaitan dengan manajemen waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan pesanan konsumen. Hal ini menjadi bukti bahwa Indikator yang ada di dalam variable Orientasi Pasar dapat mendukung terciptanya inovasi baru, dan selanjutnya inovasi-inovasi tersebut diterapkan secara konsisten pada usaha untuk mendukung berkembangnya usaha-usaha baru.

Pengaruh Orientasi Pasar Positif secara Signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif

Hipotesis ini secara statistik diterima berdasarkan hasil path *coefficients* yang positif, t-statistics dan p-values yang signifikan. Penelitian ini mengungkapkan bahwa dampak orientasi pasar kepada keunggulan kompetitif. Penelitian ini ketika mencoba mengaitkan orientasi pasar terhadap keunggulan kompetitif bersifat signifikan. Hasil penelitian ini menurut (Purwanti & Ningsih, 2023); (Mita et al., 2022); (Irwan et al., 2023); dan (Darmawan et al., 2023) yang mengungkapkan bahwa pengaruh

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com / admin@lkispol.or.id

Indexed:



orientasi pasar terhadap keunggulan kompetitif. Orientasi pasar yang dikuasai oleh pelaku usaha tidaklah cukup untuk mencapai keunggulan kompetitif. Pelaku UMKM yang menguasai kemampuan orientasi pasar saja tidak cukup untuk dapat memaksimalkan keunggulan kompetitif. Setelah Pelaku UMKM perlu untuk menguasai keberlanjutan UMKM terlebih dahulu yang kemudian memaksimalkan kemampuannya pada orientasi pasar agar dapat meningkatkan keunggulan kompetitif secara nyata. Pelaku UMKM 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.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dikemukakan, penelitian dapat memberikan kesimpulan yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Strategi keunggulan bersaing menunjukkan hubungan yang positif terhadap keunggulan bersaing. Oleh karena itu, diharapkan perusahaan dapat melakukan orientasi pasar yang mana dipengaruhi oleh orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi antar fungsi untuk meningkatkan keberlanjutan UMKM.
- b. Kemudian orientasi pasar menunjukkan hubungan yang positif terhadap keberlanjutan UMKM. Maka, diharapkan perusahaan dapat terus melakukan inovasi yang mana dipengaruhi oleh keunggulan bersaing.
- c. Untuk penelitian yang akan datang, diharapkan dapat menggunakan variabel lainnya terkait dengan keunggulan bersaing agar penelitian kedepannya dapat lebih berkembang. Hal ini dikarenakan keunggulan bersaing dapat juga dipengaruhi oleh beberapa faktor lain yang belum ada di penelitian ini.

REFERENSI

- Arbawa, D. L., & Wardoyo, P. (2018). Keunggulan Bersaing: Berpengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Umkm Makanan Dan Minuman Di Kabupaten Kendal). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 56. <https://doi.org/10.26623/jreb.v11i1.1077>
- Asdar, M., Parawansa, D. A., Nohong, M., Manajemen, J., Bajiminasa, S., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Teknologi Terhadap Kinerja Usaha UKM. *Celebes Equilibrium Journal*, 2(1), 01–09.
- Bakti, S., & Harun, H. (2011). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kinerja Pemasaran Maskapai Penerbangan Lion Air. In *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern* (Vol. 3, Issue 1, pp. 1–14).
- Darmawan, D., Mardikaningsih, R., Halizah, S. N., Putra, A. R., Retnowati, E., Munir, M., Khayru, R. K., Masnawati, E., & Arifin, S. (2023). Tinjauan Strategis: Pengaruh Keunggulan Kompetitif dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis UMKM dalam Konteks Pasar yang Kompetitif. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 3(10), 427–436. <https://doi.org/10.47065/tin.v3i10.4135>
- Desy Rahmawati, Unggul Purwohedi, & Rida Prihatni. (2022). Pengaruh TQM Terhadap Kinerja UMKM dengan Mediasi Keunggulan Bersaing. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 3(2), 289–312. <https://doi.org/10.21009/japa.0302.02>
- Ernawati, E., Mardikaningsih, R., Darmawan, D., & Sinambela, E. A. (2022). Pengembangan Keunggulan Kompetitif UMKM Melalui Strategi Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 5(2).
- Fu, Z., & Anisa, F. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Modal Sosial Terhadap Keberlangsungan Usaha Pada UMKM Makanan Di Kabupaten Magelang. 2(1), 74–86. <https://doi.org/10.31603/bmar.v2i2.6865>

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

Indexed:



- Heryadi, Y., Ekowati, D., & Chusumastuti, D. (2022). Pengaruh Kehadiran Media Sosial, Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM di Jawa Barat. *Urnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen Vol. 5, No. 1, 5(1)*, 94–107.
- Ifani, W. N. (2023). *Pengaruh Orientasi Pelanggan Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk*.
- Irwan, A. M., Andriani, □ Budi, & Serang, S. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kota Makassar. *YUME: Journal of Management*, 6(2), 388–399.
- Khaidir Ali Fahmi, A. (2019). Analisis Pengaruh Jaringan, Teknologi Informasi Dan Komunikasi, Serta Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha (Studi Pada Umkm Di Purwokerto). *Diponegoro Journal of Management*, 8(4), 74–84.
- Kurniati, N., Zulkarnain, Z., & Lestari Garnasih, R. (2022). Strategi Meningkatkan Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi, Orientasi Pasar, Dan Kewirausahaan Pada Coffee Shop di Kota Pekanbaru. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(3), 244–255. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v10i3.1675>
- Kurniawan; Raharjo. (2021). Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Hubungan Supplier Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 10, 1–11.
- Lestari, I., Astuti, M., Ridwan, H., Ekonomi, F., Pembangunan, U., & Veteran, N. (2019). Terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 111–118.
- Machin, Muhammad Reza Aulia, Joni Hendra, Elvina Safitri, & Bawono, A. (2023). Keberlanjutan UMKM di Jawa Barat di Tinjau Dari New-era Business: Transformasi Digital, Dividen Digital, dan Kewirausahaan. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 01–15. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i1.130>
- Mita, M. M., Djiko, R., & Lourensus L. T. N. (2022). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Industri Pariwisata Di Kabupaten Langkat. *Journal of Global Business and Management Review*, 4(2), 42. <https://doi.org/10.37253/jgbmr.v4i2.7232>
- Muchtar, M. K., Miyasto, M., & Rahardja, E. (2019). PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, KNOWLEDGE MANAGEMENT, DAN STRATEGI KEMITRAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING SERTA IMPLIKASINYA PADA KINERJA PERUSAHAAN (Studi Pada UMKM Kerajinan Logam Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali). *Jurnal Bisnis Strategi*, 27(2), 137. <https://doi.org/10.14710/jbs.27.2.137-149>
- Nasir, et, A. (2023). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析 Title. 9, 356–363*.
- Performa, P. (2020). Faktor-Faktor Yang Membentuk Bisnis Keluarga Bertumbuh Secara Berkelanjutan. *Performa*, 4(5), 74–83. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i5.1216>
- Prasetya, N. D. (2020). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada UMKM Kabupaten Magelang)*. 1–49.
- Purwanti, D., & Ningsih, L. S. R. (2023). Eksplorasi Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Dalam Keunggulan Bersaing UMKM KMGD Tebuireng. *JUEB: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 115–126. <https://doi.org/10.57218/jueb.v2i2.708>
- Rusnawati, R., & Raprayoga, R. (2023). Pengaruh Human Capital, Structural Capital, Costumer Capital Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Bidang Kuliner Berlabel Halal Di Kota Makassar. *Movere Journal*, 5(02), 211–221. <https://doi.org/10.53654/mv.v5i02.378>
- Sinulingga, J. E. B. (2021). *178320275_Jesica Eninta Br Sinulingga_Fulltext*.
- Situmorang, T. P. (2023). Quality-Based Differentiation Mediating Entrepreneurial Orientation and Marketing Performance. *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan)*, 8(2), 637–651.
- Tarumanagara, U. (2022). *Print Security: 86bb34b3a572aa1f89820ed242baad8b*.

GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan

ISSN: 2406-8721 (Media Cetak) dan ISSN: 2406-8985 (Media Online)

Volume 10 Nomor 4 Juni 2024

- Taufik, M. M. (2019). Pengaruh Strategi Inovasi, Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Perusahaan (Studi pada Usaha Kecil dan Menengah di SMESCO indonesia). *Disertasi -- Universitas Brawijaya Malang*, 1–228.
- Trie, N., Sari, P., & Kusumawati, A. (2022). Asian Journal of Management Entrepreneurship and Social Sciene Literature review: The efforts to strengthening of micro, small and medium-sized enterprises (MSME) in Indonesia. *Asian Journal of Management ...*, 2(01), 98–115.
- Zoelyn, W., & Ie, M. (2023). PERAN ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DALAM MEMREDIKSI KINERJA DENGAN DIMEDIASI KAPASITAS ABSORPTIF. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 161–175.