

Eksplorasi Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha Berkelanjutan pada Usaha Mikro dan Kecil Agribisnis di Polewali Mandar

Exploration of Entrepreneurial Orientation and Market Orientation on Sustainable Business Performance in Micro and Small Agribusiness Enterprises in Polewali Mandar

Rizky Ariesty Fachrysa Halik*, Fitri, Muhammad Arhim

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Kehutanan, Universitas Sulawesi Barat
Jalan Prof. Dr. Baharuddin Lopa, S.H, Talumung, Kabupaten Majene, Sulawesi Barat

*Email: rizkyafh@unsulbar.ac.id

(Diterima 24-10-2024; Disetujui 02-01-2025)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha berkelanjutan pada usaha mikro dan kecil agribisnis. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui data observasi dan wawancara dengan menggunakan kuesioner kepada pemilik usaha mikro dan kecil agribisnis. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari data hasil penelitian, perkembangan usaha mikro dan kecil melalui BPS dan sumber dokumentasi lainnya. Metode sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah minimal sampel yang akan digunakan sebanyak 45 unit usaha. Analisis Partial Least Square Structural Equation Model (PLS SEM) digunakan untuk menjawab tujuan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan mampu meningkatkan kinerja bisnis yang berkelanjutan secara signifikan pada UMK agribisnis di Polewali Mandar. Pelaku UMK agribisnis di Polewali Mandar memiliki sikap dan strategi dalam menghadapi peluang serta tantangan di pasar melalui inovasi, proaktif, keberanian dalam mengambil risiko. Selain itu, variabel orientasi pasar mampu meningkatkan kinerja bisnis yang berkelanjutan secara signifikan pada UMK agribisnis di Polewali Mandar. Para pelaku UMK agribisnis di Polewali Mandar memfokuskan kegiatannya untuk memahami dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan. Pelaku usaha secara konsisten memantau perkembangan pasar, perilaku konsumen serta tindakan pesaing untuk dapat beradaptasi pada lingkungan bisnis yang dinamis.

Kata kunci: Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Kinerja Usaha Berkelanjutan, Usaha Mikro dan Kecil Agribisnis

ABSTRACT

This study aims to explore the influence of entrepreneurial orientation and market orientation on sustainable business performance in small and micro agribusinesses. The data used includes both primary and secondary data. Primary data was obtained through observations and interviews using questionnaires directed at micro and small agribusiness owners. Meanwhile, secondary data was sourced from previous research results, the development of micro and small enterprises through the Indonesian Central Bureau of Statistics (BPS), and other documentation sources. The sampling method used in this study was purposive sampling, with a minimum sample size of 45 business units. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS SEM) was employed to address the research objectives. The results show that entrepreneurial orientation significantly enhances sustainable business performance in agribusiness SMEs in Polewali Mandar. Agribusiness SME owners in Polewali Mandar exhibit attitudes and strategies to seize opportunities and face challenges in the market through innovation, proactivity, and risk-taking. Additionally, the market orientation variable significantly improves sustainable business performance in agribusiness SMEs in Polewali Mandar. The agribusiness SME owners in Polewali Mandar focus their activities on understanding and meeting customer needs and desires. They consistently monitor market trends, consumer behavior, and competitor actions to adapt with dynamic business environment.

Keywords: Entrepreneurial Orientation, Market Orientation, Sustainable Business Performance, Micro and Small Agribusiness Enterprises

PENDAHULUAN

Kemajuan ekonomi suatu negara dapat dilihat melalui pertumbuhan ekonominya. Presentase perubahan Produk Domestik Bruto (PDB) dari tahun ke tahun merupakan salah satu hal yang digunakan dalam mengukur pertumbuhan ekonomi. Secara historis, pertumbuhan ekonomi di Indonesia relatif stabil. Akan tetapi, adanya pandemi COVID-19 memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi pada tahun 2020. Pada saat itu, untuk pertama kalinya dalam lebih dari dua decade, ekonomi Indonesia mengalami resesi dengan pertumbuhan negative sekitar -2,07%. Namun pada tahun-tahun berikutnya ekonomi Indonesia mulai pulih secara bertahap. Terdapat berbagai cara yang dilakukan oleh pemerintah dalam mendorong pemulihan, salah satunya dukungan terhadap pengembangan UMKM.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi di berbagai daerah. Hal tersebut terjadi karena UMKM memiliki kontribusi yang besar bagi perekonomian baik itu di tingkat nasional, daerah maupun lokal (Alansori & Listyaningsih, 2022). UMKM memberikan kontribusi lebih dari 60% terhadap PDB nasional. Selain itu, UMKM membantu mengurangi angka pengangguran karena sebagian besar tenaga kerja di Indonesia bekerja di sektor UMKM. Namun, seiring bertambahnya jumlah UMKM di Indonesia mengakibatkan persaingan antar UMKM juga semakin ketat. Untuk itu para pelaku usaha dituntut untuk memahami kapasitas daya saing dan produk karena tidak sedikit UMKM yang sulit berkembang. Perlu adanya strategi pilihan agar usaha dapat beradaptasi dengan kondisi dan lingkungan mengikuti perkembangan zaman (Auliana & Zaini, 2023). Data statistik tahun 2020 menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 memberikan dampak resesi ekonomi khususnya pada perusahaan skala menengah hingga besar yakni sekitar 5,76%. Secara lebih spesifik, perusahaan skala menengah hingga besar mengalami penurunan pendapatan sekitar 82,29% serta perusahaan skala mikro hingga kecil mengalami penurunan pendapatan sekitar 84,20% (Fitri et al., 2023).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional. Sehingga seringkali disebut bahwa UMKM merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia dan memiliki peran utama dalam menjamin kemajuan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Sulawesi Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang kegiatan ekonominya masih banyak dipengaruhi oleh usaha Mikro dan Kecil (UMK). Data BPS tahun 2024 menunjukkan bahwa jumlah unit usaha mikro dan kecil (UMK) di Sulawesi Barat mengalami peningkatan pada tiga tahun terakhir yaitu 2020 hingga 2022. Polewali Mandar merupakan salah satu kabupaten di Sulawesi Barat yang dikenal sebagai pusat perdagangan dengan jumlah usaha mikro dan kecil terbanyak yaitu sebesar 10.423 unit pada tahun 2020 dan mengalami peningkatan jumlah usaha mikro dan kecil yaitu sebesar 15.098 unit pada tahun 2022. Seiring dengan adanya peningkatan jumlah usaha mikro dan kecil ini menyebabkan persaingan antar usaha mikro dan kecil semakin ketat, sehingga membawa berbagai dampak dan tantangan yang dapat memengaruhi keberlanjutan usaha. Meskipun adanya persaingan ini dapat mendorong inovasi, peningkatan kualitas serta mewujudkan peluang bagi konsumen, akan tetapi persaingan juga dapat menjadi tantangan yang besar bagi kelangsungan bisnis, terutama bagi usaha mikro dan kecil yang memiliki sumber daya terbatas. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk memahami kebutuhan, keinginan dan preferensi pelanggan serta menemukan cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut dengan lebih baik dari pesaing. Selain itu, pentingnya pengembangan strategi yang fokus pada diferensiasi produk, inovasi, pemanfaatan teknologi serta membangun jaringan kolaborasi untuk meningkatkan daya saing. Dalam mempertahankan eksistensinya dan tetap kompetitif, dunia usaha harus memiliki sumber daya manusia yang menunjukkan kemampuan beradaptasi terhadap orientasi perubahan dan kewirausahaan (Fitri et al., 2023).

Berbagai penelitian telah memberikan bukti bahwa bisnis yang mampu menciptakan nilai unggul bagi konsumen dan memiliki karakteristik kewirausahaan cenderung dapat meningkatkan kinerja bisnis. Orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang besar terhadap kinerja bisnis pada UMK. Misalnya penelitian yang dilakukan oleh (Lidya Kusuma Sari et al., 2022) menunjukkan bahwa orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM di kota medan. Pada penelitian Sondra & Widjaja (2021) juga menunjukkan bahwa pasar memiliki orientasi untuk terus melakukan inovasi terhadap produk-produk yang dihasilkan oleh UMK agar dapat bersaing dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam upaya meningkatkan kinerja bisnis diperlukan kemampuan para pelaku usaha dalam memahami orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan dengan baik. Selain itu adanya kepercayaan diri dan keyakinan terhadap kemampuan diri mampu memotivasi untuk bertindak berani mengambil langkah dan membuat

strategi untuk meningkatkan kinerja usaha, salah satunya dapat dilakukan dengan cara menjalin kerjasama dengan orang lain (Auliana & Zaini, 2023).

Saat ini pertumbuhan usaha harus diimbangi dengan kepedulian terhadap lingkungan dan sosial agar usaha dapat bertahan. Permasalahan lingkungan seperti polusi karbon, perubahan iklim, degradasi tanah dan laut serta sampah plastik mendorong pengusaha untuk mengadopsi pendekatan ekonomi berkelanjutan. Selain itu, usaha yang fokus pada aspek keberlanjutan, seperti menggunakan bahan baku yang ramah lingkungan atau menjalankan program tanggung jawab sosial (CSR), seringkali mendapat perhatian lebih dari konsumen. Kinerja bisnis berkelanjutan adalah sejauh mana UMKM dapat mempertahankan kinerja ekonomi dan sosial dalam jangka panjang. Meskipun UMKM mempunyai kemampuan dan potensi untuk menerapkan praktik berkelanjutan, namun pengetahuan mereka dalam hal tersebut masih kurang (Fitri & Halik, 2023). Riset kinerja bisnis saat ini masih mendominasi aspek ekonomi. Sedikit yang diketahui mengenai kaitannya dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Kebaruan dari penelitian ini yakni kinerja bisnis yang diukur tidak hanya berdasarkan aspek ekonomi namun juga berdasarkan aspek lingkungan dan sosial sebagaimana konsep ekonomi berkelanjutan (*sustainability economy*) yang saat ini menjadi isu di dunia. Selain itu, banyak penelitian mengenai pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMK namun hanya sedikit yang menunjukkan hal serupa pada usaha mikro dan kecil agribisnis. Oleh karena itu penelitian ini penting untuk dilakukan agar dapat menemukan bukti baru mengenai dampak orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap 3 indikator keberlanjutan usaha di Polewali Mandar. Studi ini mengkaji masing-masing tiga komponen utama pada orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan. Orientasi pasar yaitu berorientasi pada pelanggan, berorientasi pada pesaing dan berorientasi pada pasar. Sedangkan orientasi kewirausahaan yaitu inovasi, proaktif dan pengambilan resiko.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan Kabupaten Polewali Mandar, Provinsi Sulawesi Barat. Data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui data observasi dan wawancara dengan menggunakan kuesioner kepada pemilik usaha mikro dan kecil agribisnis. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari data hasil penelitian, perkembangan usaha mikro dan kecil melalui BPS dan sumber dokumentasi lainnya. Metode sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 73 unit usaha. Adapun yang menjadi responden ialah pemilik usaha mikro dan kecil (UMK) agribisnis.

Data dikumpulkan melalui beberapa cara yakni mengambil data dan informasi melalui *google form* (online) serta melalui riset lapangan untuk mendapatkan informasi langsung dan lebih dalam dari pelaku UMK agribisnis. Riset lapangan terdiri dari dua acara yaitu pertama, dengan observasi melalui pengamatan langsung terhadap objek penelitian sebagai sumber data. Kedua, dengan menggunakan kuesioner. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel laten dan variabel indikator. Setiap indikator dibangun untuk mengukur setiap konstruk dan indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Variabel Laten dan Indikator

Variabel Laten	Indikator
Orientasi Pasar	Orientasi pelanggan
	Orientasi pesaing
	Koordinasi antar fungsi
Orientasi Kewirausahaan	Inovasi
	Proaktif
	Pengambilan resiko
Kinerja bisnis berkelanjutan	Ekonomi
	Lingkungan hidup Sosial

Untuk mengukur indikator digunakan skala *likert*. Skala ini digunakan untuk mengetahui penilaian responden dalam hal tersebut pemilik usaha mikro dan kecil. Penelitian ini akan memanfaatkan satu teknik analisis data untuk mencapai tujuan penelitian, yaitu Partial Least Square Structural Equation Model (PLS SEM). Analisis ini dipilih karena sampel yang digunakan kecil serta data tidak berdistribusi normal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Distribusi Responden

Identitas responden merupakan informasi yang menggambarkan atau mengidentifikasi seseorang yang memberikan data dalam sebuah survei, wawancara atau penelitian. Identitas responden biasanya mencakup informasi demografis dan karakteristik pribadi yang biasanya terdiri dari nama, usia, jenis kelamin, Pendidikan, pekerjaan, penghasilan, status perkawinan dan sebagainya. Dalam konteks penelitian, identitas responden merupakan hal privasi yang sangat penting dan sensitif sehingga perlu dijaga kerahasiaannya.

Responden merupakan para pelaku usaha mikro dan kecil agribisnis di Kabupaten Polewali Mandar. Responden pada penelitian ini berusia kurang dari 20 tahun yaitu usia 18 dan 19 tahun hingga usia 61 tahun ke atas yaitu usia 62 dan 65 tahun. Tabel distribusi usia responden disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Distribusi Usia Responden Pelaku Usaha Mikro dan Kecil Agribisnis di Kabupaten Polewali Mandar

No	Rentang Umur Responden	Jumlah	Persentase
1	<20	2	3%
2	21-30	29	40%
3	31-40	23	32%
4	41-50	13	18%
5	51-60	4	5%
6	>61	2	3%
	Jumlah	73	100%

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Jenis kelamin responden dikelompokkan menjadi kategori perempuan dan laki-laki. Sebanyak 73 responden pelaku Usaha Mikro dan Kecil Agribisnis di Kabupaten Polewali Mandar yang dijadikan sampel dengan persentase 48% jenis kelamin laki-laki dan 52% jenis kelamin perempuan. Sehingga diketahui bahwa jumlah karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin ini cukup seimbang, dengan sedikit lebih banyak perempuan dibandingkan laki-laki. Tabel distribusi jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Distribusi Jenis Kelamin Responden Pelaku Usaha Mikro dan Kecil Agribisnis di Kabupaten Polewali Mandar

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	35	48%
2	Perempuan	38	52%
	Jumlah	73	100%

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Tingkat Pendidikan merupakan tahapan atau jenjang formal yang telah diselesaikan oleh responden. Tingkat Pendidikan dapat memengaruhi berbagai aspek seperti perilaku, pemahaman atau pandangan mereka terhadap suatu masalah hingga kemampuan adaptasi dan adopsi terhadap perubahan-perubahan dalam dunia usaha. Tabel distribusi tingkat Pendidikan responden disajikan pada tabel 4.

Tabel 4. Distribusi Tingkat Pendidikan Responden Pelaku Usaha Mikro dan Kecil Agribisnis di Kabupaten Polewali Mandar

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	S2	4	5%
2	S1	24	33%
3	D4	3	4%
4	D3	5	7%
5	SMA/SMK/STM	26	36%
6	SMP	1	1%
7	SD	10	14%
Jumlah		73	100%

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Lama Usaha pada Usaha Mikro dan Kecil Agribisnis di Kabupaten Polewali Mandar ini menunjukkan beberapa hal penting seperti pengalaman dan kematangan manajemen, stabilitas dan keberlanjutan usaha, pertumbuhan dan skala usaha, tingkat inovasi hingga kualitas dan reputasi usaha.

Tabel 5. Distribusi Lama Usaha pada Usaha Mikro dan Kecil Agribisnis di Kabupaten Polewali Mandar

No.	Rentang Lama Usaha (Tahun)	Jumlah	Persentase
1	< 1	4	5%
2	1 – 5	38	52%
3	6 – 10	18	25%
4	11 – 15	5	7%
5	16 – 20	2	3%
6	> 21	6	8%
Jumlah		73	100%

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Hasil Uji Analisis Data

Jumlah usaha mikro dan kecil agribisnis yang disurvei sesuai kriteria dan berhasil melengkapi kuesioner sebanyak 73 responden (73 unit usaha agribisnis). Terdapat beberapa langkah yang dilakukan untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha berkelanjutan, yaitu mengevaluasi model pengukuran reflektif. Penilaian model pengukuran reflektif mencakup evaluasi validitas dan reliabilitas. Ada 4 langkah dalam evaluasi validitas dan reliabilitas yaitu penilaian *indicator reliability*, *consistency reliability*, *convergent validity* dan *discriminant validity* (Hair Jr et al., 2021). Evaluasi untuk model pengukuran reflektif terdiri dari konsistensi internal (Cronbach alpha, composite reliability), validitas konvergen(AVE) dan validitas diskriminan (Sholihin & Ratmono, 2021). Indikator penelitian beserta kodenya masing-masing dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Kode
Orientasi Kewirausahaan (EO)		(EO1)
		(EO2)
		(EO3)
Orientasi Pasar (MO)		(MO1)
		(MO2)
		(MO3)
Kinerja Bisnis Berkelanjutan		(SBP1)
		(SBP2)
		(SBP3)

Ada dua hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini:

H1: Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis berkelanjutan

H2: Orientasi Pasar berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis berkelanjutan

1. Evaluasi *Outer Model*

1.1 Uji *Convergent Validity*

Convergent Validity dinilai dengan memeriksa nilai *combined loading* dan *cross loading*. Uji ini dianggap terpenuhi jika *loading factor* melebihi 0,708 pada setiap konstruk (Hair et al., 2014). Berikut adalah tabel yang menunjukkan nilai *combined loading* dan *cross loading*.

Tabel 7. Combined Loadings and Cross-Loadings

	EO	MO	SBP	P Value
EO1	0.723	0.264	-0.014	<0.001
EO2	0.753	-0.139	-0.105	<0.001
EO3	0.758	-0.114	0.117	<0.001
MO1	0.046	0.745	0.181	<0.001
MO2	0.052	0.707	-0.135	<0.001
MO3	-0.102	0.694	-0.057	<0.001
SBP1	-0.100	0.394	0.755	<0.001
SBP2	0.155	0.006	0.638	<0.001
SBP3	-0.031	-0.396	0.762	<0.001

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Berdasarkan Tabel 7 masing-masing indikator dalam penelitian telah memenuhi uji *Convergent Validity* yang ditunjukkan dengan nilai loading dan cross-loading dalam pengujian lebih besar dari 0,5-0,6. Pengujian ini juga dapat dilakukan dengan menggunakan metode nilai Average Variances Extracted (AVE). Nilai AVE dianggap memuaskan jika > 0,6 (Sholihin & Ratmono, 2021)

Tabel 8. Average Variances Extracted (AVE)

Variabel Laten	Nilai AVE
Orientasi Kewirausahaan (EO)	0.554
Orientasi Pasar (MO)	0.512
Kinerja Bisnis Berkelanjutan (SBP)	0.534

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Berdasarkan Tabel 8, nilai AVE seluruh variabel laten > 0,50. Variabel-variabelnya yaitu orientasi kewirausahaan (EO), orientasi pasar (MO), kinerja usaha berkelanjutan (SBP) mempunyai nilai masing-masing sebesar 0,554, 0,523. Dengan demikian, seluruh indikator yang diuji mempunyai validitas konvergen yang baik.

1.2 Uji Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan dilakukan dengan membandingkan nilai *combined loading* dengan nilai *cross loading*. Nilai *pattern loading* untuk setiap indikator harus lebih besar dari nilai *cross loading* (Solimun, 2017).

Tabel 9. Pattern Loadings and Cross-loadings

	EO	MO	SBP
EO1	0.553	0.264	-0.014
EO2	0.913	-0.139	-0.105
EO3	0.760	-0.114	0.117
MO1	0.046	0.603	0.181
MO2	0.052	0.734	-0.135
MO3	-0.102	0.818	-0.057
SBP1	-0.100	0.394	0.595
SBP2	0.155	0.006	0.540
SBP3	-0.031	-0.396	1.002

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai *pattern loading* semua variabel lebih besar dari nilai *cross-loading*-nya. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini valid dan memenuhi uji **validitas diskriminan**.

1.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *composite reliability* dan koefisien *Cronbach Alpha*. Koefisien *composite reliability* yang baik adalah $> 0,70$, dengan koefisien *Cronbach Alpha* $> 0,60$ (Solimun et al., 2017). Hasil pengujian ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 10. Composite Reliability Coefficients dan Cronbach's Alpha Coefficients

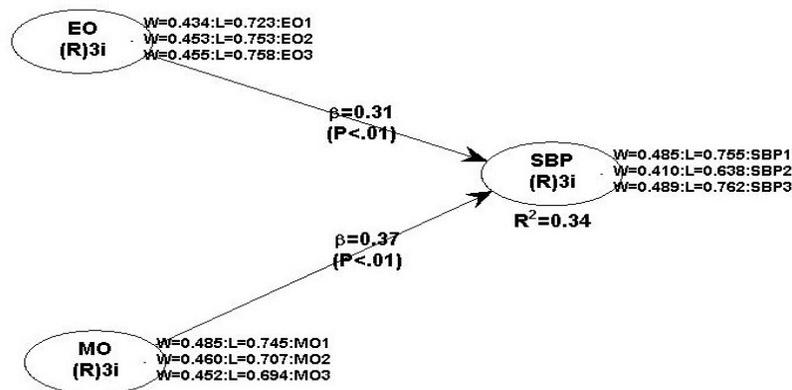
	Composite Realibility
Nilai Standar	≥ 0.7
Orientasi Kewirausahaan (EO)	0.789
Orientasi Pasar (MO)	0.759
Kinerja Bisnis Berkelanjutan (SBP)	0.763

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Tabel tersebut menunjukkan nilai koefisien *composite reliability* pada penelitian yang telah memenuhi kriteria pengujian, yaitu dengan hasil lebih besar dari 0,70. Hasil pengujian kuesioner dengan koefisien *cronbach alpha* juga telah memenuhi kriteria pengujian, yaitu lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, semua variabel yang digunakan dianggap reliabel.

2. Evaluasi Inner Model

Evaluasi model internal dilakukan melalui path coefficients, R-squared, dan Goodness of Fit. Berikut adalah diagram jalur yang menggambarkan hubungan antara variabel penelitian. Berdasarkan diagram tersebut, dapat dilihat bahwa semua variabel dalam model menunjukkan hubungan positif antar variabel (Hair et al., 2014). Diagram tersebut menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan (EO) memiliki pengaruh positif terhadap kinerja bisnis berkelanjutan (SBP) sebesar 0,31 dengan nilai $p < 0,01$. Orientasi pasar (MO) memiliki pengaruh positif terhadap kinerja bisnis berkelanjutan (SBP) sebesar 0,37 dengan nilai $p < 0,01$. Dalam penelitian ini, evaluasi juga dilakukan menggunakan tabel goodness-of-fit dan hasil pengujian menunjukkan bahwa kesepuluh parameter memenuhi persyaratan.



3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan hasil pengujian *inner model* (model struktural) meliputi output R-squared, koefisien parameter dan t-statistic (Sayyida & Alwiyah, 2018). Untuk melihat hipotesis dapat diterima atau ditolak diantaranya dilihat dari signifikansi antar konstruk, nilai p-value $< 0,01$ (1%) dan koefisien beta bernilai positif. Berikut ini adalah hasil pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini.

Tabel 11. Uji Hipotesis

	Hipotesis Penelitian	Path Coefficients	P-value	Keterangan
H1	Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis berkelanjutan	0.31	0.001	Diterima
H2	Orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis berkelanjutan	0.37	0.001	Diterima

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha berkelanjutan. Hal tersebut menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar memiliki peran penting dalam mendorong kinerja usaha yang berkelanjutan pada UMK agribisnis. Kedua orientasi strategik tersebut mampu memposisikan UMK agribisnis untuk bersaing dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis (Seprizola, 2021) (Putra & Suparna, 2020) (Syarifah et al., 2020). Penelitian ini membuktikan bahwa dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, UMK agribisnis harus mampu menerapkan orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar secara bersamaan untuk dapat meningkatkan daya saing dan adaptabilitas, sehingga pada akhirnya dapat mencapai kinerja usaha yang berkelanjutan.

Indikator pada variabel laten kinerja usaha berkelanjutan yang paling dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar adalah indikator sosial. Hal tersebut menunjukkan bahwa ternyata pelaku UMK agribisnis di polewali mandar sudah menerapkan tanggung jawab sosial pada usahanya. Dibuktikan dengan merekrut karyawan di lingkungan sekitar. Indikator kedua yang dipengaruhi oleh adanya orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar ialah indikator ekonomi. Hal tersebut dibuktikan dengan penjualan yang cenderung naik pada UMK agribisnis sehingga terjadinya peningkatan pendapatan usaha. Selain itu, adanya upaya dari pelaku usaha untuk memperluas pangsa pasar dengan mendapatkan pelanggan dari luar wilayah polewali mandar. Indikator ketiga yang dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar adalah indikator lingkungan hidup. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya kesadaran dari para pelaku usaha untuk tetap memperhatikan dampak lingkungan.

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Berkelanjutan pada Usaha Mikro dan Kecil Agribisnis di Polewali Mandar

Orientasi kewirausahaan mampu meningkatkan kinerja bisnis yang berkelanjutan secara signifikan pada UMK agribisnis di Polewali Mandar. Dapat dilihat pada tabel 4.10 bahwa nilai koefisien beta pada variabel orientasi kewirausahaan bernilai 0,31 dan nilai p-value $0,001 < 0,01$. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima. Fenomena yang terjadi bahwa pelaku UMK agribisnis di Polewali Mandar memiliki sikap dan strategi dalam menghadapi peluang serta tantangan di pasar melalui inovasi, proaktif, keberanian dalam mengambil risiko. Berdasarkan hasil temuan dari variabel laten orientasi kewirausahaan yang terdiri dari tiga variabel indikator, didapatkan bahwa variabel pengambilan risiko memiliki nilai *combined loading* dan *cross loading* yang paling tinggi yaitu 0,758. Hal tersebut menunjukkan pengambilan resiko merupakan faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap kinerja usaha berkelanjutan pada UMK agribisnis. Para pelaku usaha bersedia untuk mencoba hal-hal baru, masuk ke pasar yang tidak pasti atau berinovasi meskipun ada kemungkinan menghadapi kegagalan. Para pelaku UMK agribisnis di Polewali Mandar memiliki keberanian dalam menerima tawaran untuk membuat produk baru atau belum pernah dibuat sebelumnya. Gani & Soelaiman (2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pengambilan resiko menjadi hal yang penting dalam meningkatkan daya saing serta dapat meningkatkan performa perusahaan yang sedang dijalankan.

Para pelaku UMKM cenderung tidak ragu untuk mengambil langkah-langkah yang diperlukan dalam memperluas bisnis mereka, meskipun hal tersebut melibatkan risiko yang cukup besar. Keberanian ini didorong oleh keyakinan bahwa inovasi dan pengambilan risiko adalah bagian integral dari keberhasilan dalam mengembangkan usaha. Selain itu, tingginya nilai *combined loading* dan *cross loading* pada variabel pengambilan risiko ini juga mencerminkan bahwa faktor

ini berperan signifikan dalam meningkatkan daya saing para pelaku UMK agribisnis di Polewali Mandar. Dengan keberanian mengambil risiko, mereka mampu membuka peluang baru, menghadapi tantangan, dan menyesuaikan diri dengan perubahan pasar yang dinamis.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Prajogo, 2020) (Putra & Suparna, 2020), pelaku UMK yang memiliki kecenderungan untuk mengambil risiko lebih mampu menciptakan diferensiasi produk yang unik dan relevan dengan kebutuhan pasar. Mereka juga lebih cepat dalam mengadopsi teknologi baru, yang pada gilirannya meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing usaha.

Selanjutnya, variabel indikator yang memiliki nilai *combined loading* dan *cross loading* kedua paling tinggi yaitu Proaktif dengan nilai sebesar 0,753. Hal tersebut menggambarkan bahwa upaya pelaku usaha dalam mencari dan menciptakan peluang di pasar serta menjaga hubungan yang kuat dengan pelanggan. Para pelaku UMK agribisnis di Polewali Mandar selalu menjalin komunikasi terhadap setiap pelanggannya. Dengan begitu, pelaku usaha dapat memprediksi kebutuhan pelanggan di masa depan atau bahkan dapat menciptakan solusi untuk masalah yang belum dikenali pelanggan. Sikap proaktif ini dapat menciptakan nilai tambah bagi pelanggan serta memperkuat posisi usaha dalam pasar yang kompetitif. Pada penelitian Wilson & Puspitowati (2022) juga menunjukkan bahwa sikap proaktif memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Sikap proaktif ini harus dimiliki oleh pelaku usaha untuk dapat memajukan usaha yang dijalankannya serta dapat aktif dalam meningkatkan ide dan kreatifitas baru.

Selain itu, dengan membangun komunikasi yang baik dan berkelanjutan, para pelaku UMK agribisnis dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta memperkuat hubungan jangka panjang. Komunikasi yang efektif juga memungkinkan mereka untuk menerima umpan balik secara langsung, sehingga dapat segera melakukan perbaikan atau inovasi produk sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pelanggan (Carissa et al., 2014). Hal tersebut tidak hanya membantu usaha tetap relevan di pasar, tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif dalam memenuhi ekspektasi konsumen yang semakin dinamis. Dengan pendekatan ini, para pelaku UMK di Polewali Mandar mampu menciptakan kepercayaan dan reputasi yang kuat di mata pelanggannya.

Variabel indikator yang ketiga dengan nilai *combined loading* dan *cross loading* sebesar 0,723 yaitu inovasi. Hal tersebut menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan sesuatu yang baru atau memperbaiki produk, layanan serta proses yang ada. Fenomena yang terjadi bahwa para pelaku UMK agribisnis di Polewali Mandar selalu menghasilkan produk yang berbeda untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Para pelaku usaha terus berinovasi untuk mengembangkan produk-produk baru hingga meningkatkan fitur-fitur yang ada sesuai dengan kebutuhan pasar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Sari et al (2022) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan memberikan dampak positif terhadap kinerja perusahaan. Dengan adanya kemauan yang kuat untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang, keberanian mengambil risiko, bersikap kreatif dan proaktif dalam pengelolaan usaha dapat meningkatkan pertumbuhan dan profitabilitas pabrik usaha UMKM di Kota Medan. Demikian juga pada penelitian Ie & Pratama (2019) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan yang dilihat dari sikap inovatif, pengambilan resiko, proaktif, agresifitas kompetitif dan otonomi memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja pada usaha kecil menengah sektor ritel. Hal tersebut dibuktikan dengan sikap para pelaku UKM yang selalu mengejar peluang-peluang baru dalam usaha, berani mengambil resiko, memiliki inisiatif dalam merespon pesaing secara kompetitif untuk meningkatkan kinerja usaha.

Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha Berkelanjutan pada Usaha Mikro dan Kecil Agribisnis di Polewali Mandar

Orientasi pasar mampu meningkatkan kinerja bisnis yang berkelanjutan secara signifikan pada UMK agribisnis di Polewali Mandar. Dapat dilihat pada tabel 4.10 bahwa nilai koefisien beta pada variabel orientasi pasar bernilai 0,37 dan nilai p-value $0,001 < 0,01$. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima. Fenomena yang terjadi bahwa para pelaku UMK agribisnis di Polewali Mandar memfokuskan kegiatannya untuk memahami dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan. Pelaku usaha secara konsisten memantau perkembangan pasar, perilaku konsumen serta tindakan pesaing untuk dapat beradaptasi pada lingkungan bisnis yang dinamis.

Berdasarkan hasil temuan dari variabel laten orientasi pasar yang terdiri dari tiga variabel indikator, didapatkan bahwa variabel orientasi pelanggan memiliki nilai *combined loading* dan *cross loading* yang paling tinggi yaitu 0,745. Hal tersebut menunjukkan orientasi pelanggan merupakan faktor

yang paling dominan pengaruhnya terhadap kinerja usaha berkelanjutan pada UMK agribisnis. Para pelaku UMK agribisnis ini berusaha untuk memahami kebutuhan, preferensi dan masalah pelanggan. Mereka tidak hanya melihat dari sudut pandang produk atau jasa yang ditawarkan, tetapi juga dari apa yang benar-benar diinginkan pelanggan. Dibuktikan dengan upaya para pelaku UMK untuk selalu menjual produk yang diinginkan oleh konsumen. Sebuah usaha yang berorientasi pada pelanggan dapat dilihat melalui pelayanannya kepada konsumen berupa memberikan pelayanan yang baik dan ramah, menyediakan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dapat memberikan rasa puas pada konsumen, keanekaragaman produk yang ditawarkan serta pemilihan bahan baku yang berkualitas (Christian & Yoestini, 2023).

Penelitian ini sejalan dengan pendapat Naibaho & Simanjuntak (2022) dimana para pelaku UMK di sektor agribisnis sangat berfokus pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan, preferensi, dan permasalahan pelanggan. Mereka tidak hanya terpaku pada apa yang mereka produksi atau tawarkan, melainkan berusaha untuk benar-benar mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen mereka. Pendekatan ini mencerminkan komitmen pelaku UMK dalam menyesuaikan produk atau layanan yang mereka jual agar selalu relevan dan sesuai dengan permintaan pasar. Bukti nyata dari hal tersebut adalah usaha yang konsisten dari para pelaku UMK agribisnis untuk menghadirkan produk yang diinginkan oleh konsumen, dengan memperhatikan tren, keinginan, dan kebutuhan yang berkembang di kalangan konsumen. Adopsi orientasi pelanggan yang kuat ini menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan mereka dalam bersaing di pasar yang dinamis dan kompetitif (Sari et al., 2023) (Pratiwi & Al Rosyid, 2022).

Selanjutnya, variabel indikator yang memiliki nilai *combined loading* dan *cross loading* kedua paling tinggi yaitu orientasi pesaing dengan nilai sebesar 0,707. Hal tersebut menggambarkan bahwa selain fokus pada pelanggan, pelaku usaha juga tetap memantau tindakan kompetitor. Pelaku UMK agribisnis ini memantau strategi, inovasi serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pesaing agar dapat merespons dengan cepat dan menyesuaikan diri dengan dinamika pasar. Selain itu, penting untuk pelaku usaha untuk selalu berinovasi mengembangkan serta menjaga kualitas produknya. Karena ketika konsumen merasakan sesuatu yang kurang nyaman makan konsumen tersebut akan beralih ke tempat lain dengan produk serupa yang ditawarkan. Pemilik usaha harus memiliki strategi dan memahami cara menanggapi serta merespon tindakan pesaing (Yulianthini & Dewanti, 2023).

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa di samping tetap berfokus pada pelanggan, para pelaku usaha juga memberi perhatian serius terhadap kompetitor. Pelaku UMK di sektor agribisnis secara aktif memantau strategi, inovasi, serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh pesaing. Tujuannya adalah agar mereka dapat merespons dengan cepat terhadap perubahan yang terjadi di pasar dan menyesuaikan strategi bisnis mereka. Dengan terus mengikuti langkah-langkah kompetitor, para pelaku usaha dapat menjaga daya saing dan mempertahankan keberlangsungan bisnis mereka di tengah persaingan yang ketat (Seprizola, 2021)(Putra & Suparna, 2020) (Syarifah et al., 2020).

Penelitian ini membuktikan bahwa dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat penting bagi Perusahaan melakukan pemantauan meliputi berbagai aspek seperti pendekatan pemasaran, pengembangan produk baru, teknologi yang diterapkan, hingga cara pesaing menangani tantangan operasional. Dengan informasi tersebut, pelaku usaha dapat menyesuaikan diri dan menyusun strategi yang lebih efektif dan tepat sasaran, baik dalam hal pengembangan produk maupun dalam menjaga pangsa pasar mereka. Respons cepat terhadap perubahan pasar dan dinamika persaingan ini tidak hanya membantu mereka untuk tetap relevan, tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif yang dapat memastikan kelangsungan bisnis dalam jangka panjang. Dalam dunia agribisnis yang semakin kompleks dan kompetitif, kemampuan untuk membaca langkah-langkah pesaing dan merespons dengan cepat adalah kunci untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang secara berkelanjutan (Putra & Suparna, 2020) (Syarifah et al., 2020) (Prajogo, 2020).

Variabel indikator yang ketiga dengan nilai *combined loading* dan *cross loading* sebesar 0,694 yaitu koordinasi antar fungsi. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMK agribisnis melibatkan seluruh bagian dalam usaha untuk bekerjasama menciptakan nilai bagi pelanggan. Dibuktikan dengan para pelaku UMK beserta tenaga kerjanya selalu mencari informasi terkait produk yang sedang *viral* untuk memastikan bahwa produk yang ditawarkan benar-benar memenuhi kebutuhan pelanggan. Koordinasi ini penting untuk memastikan bahwa seluruh elemen perusahaan Bersatu untuk memahami dan melayani kebutuhan pasar. Adanya koordinasi yang baik antar departemen

dalam sebuah usaha dapat memberikan respon yang tepat kepada pelanggan (Mahadewi et al., 2015).

Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian (Maduwinarti et al., 2022) bahwa para pelaku UMK agribisnis tidak hanya mengandalkan satu bagian atau divisi dalam menjalankan usaha mereka, melainkan melibatkan seluruh bagian usaha secara aktif untuk berkolaborasi dalam menciptakan nilai yang optimal bagi pelanggan. Koordinasi antar fungsi ini mencakup berbagai aspek mulai dari produksi, pemasaran, hingga distribusi, yang secara sinergis bekerja sama untuk memastikan kebutuhan dan keinginan pelanggan terpenuhi dengan baik (TNP2K & TKPKE, 2021).

Bukti konkret dari koordinasi ini adalah bagaimana pelaku UMK bersama dengan tenaga kerjanya terus mencari informasi terbaru mengenai produk-produk yang sedang viral atau diminati oleh pasar. Mereka berusaha untuk tetap relevan dengan tren dan perubahan preferensi konsumen, sehingga produk yang ditawarkan benar-benar mampu memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pelanggan. Proses pengumpulan informasi ini tidak hanya dilakukan oleh satu departemen saja, tetapi melibatkan semua fungsi di dalam usaha untuk bekerja sama secara terpadu (Inayah, 2021) (Sedyastuti, 2018).

Koordinasi ini sangat penting dalam memastikan bahwa setiap elemen usaha bersatu padu untuk memahami dan melayani kebutuhan pasar secara menyeluruh. Dengan koordinasi yang kuat antar fungsi, pelaku UMK dapat menciptakan alur komunikasi yang efektif, meminimalkan kesenjangan informasi, serta mempercepat proses inovasi dan adaptasi terhadap perubahan pasar. Hal tersebut berkontribusi pada peningkatan daya saing UMK agribisnis, sekaligus memperkuat kemampuan mereka dalam memberikan nilai yang lebih besar kepada pelanggan (Rosiana Ia, 2020)

Hasil penelitian ini didukung oleh temuan Sondra dan Widjaja (2021) yang menyatakan bahwa pasar memiliki orientasi untuk terus melakukan inovasi produk yang dihasilkan agar dapat terus bersaing memenuhi kebutuhan konsumen, bersaing dengan perilaku kompetitor serta penyebaran informasi pasar. Bisnis yang berfokus pada kepuasan pelanggan dapat meningkatkan kinerja UKM. Oleh karena itu, orientasi pasar berdampak positif terhadap kinerja bisnis. Demikian juga pada penelitian Andika (2019) menyatakan bahwa orientasi pasar yang dilakukan oleh usaha kecil memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha dibuktikan dengan keberanian pelaku usaha kecil ini untuk meningkatkan penjualannya dengan menawarkan produk yang berbeda dari pesaing serta berani menerima pesanan dalam jumlah besar dan dikirim keluar daerah, luar pulau bahkan ke luar negeri.

KESIMPULAN

Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis berkelanjutan pada usaha mikro dan kecil agribisnis di Polewali Mandar. Para pelaku UMK agribisnis memiliki jiwa kewirausahaan dan strategi dalam menghadapi peluang serta tantangan di pasar melalui inovasi, proaktif, keberanian dalam mengambil risiko. Sehingga hal yang sangat baik jika para pelaku usaha terus fokus pada pengembangan inovasi yang berkelanjutan, tidak hanya dalam menciptakan produk atau jasa baru tetapi juga dalam proses produksi yang lebih ramah lingkungan. Selanjutnya, variabel orientasi pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha berkelanjutan pada usaha mikro dan kecil agribisnis di Polewali Mandar. Para pelaku UMK agribisnis memfokuskan kegiatannya untuk memahami dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan. Pelaku usaha secara konsisten memantau perkembangan pasar, perilaku konsumen serta tindakan pesaing untuk dapat beradaptasi pada lingkungan bisnis yang dinamis. Oleh karena itu, diharapkan para pelaku usaha juga fokus pada pasar hijau dan konsumen peduli lingkungan sebagai peluang baru

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Universitas Sulawesi Barat atas dana penelitian yang telah diberikan untuk penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Kehutanan, yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan makalah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alansori, A., & Listyaningsih, E. (2022). Pengaruh Kinerja Umkm Terhadap Kesejahteraan Umkm Di Bandar Lampung. *AdBispreneur*, 7(1), 39. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v7i1.37930>
- Andika, E. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha (Studi pada Usaha Kecil Tanaman Hias Di Desa Sidomulyo, Kota Batu, Jawa Timur). *Jurnal Sketsa Bisnis*, 6(1), 22. <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/SKETSABISNIS/indexhttps://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/SKETSABISNIS>
- Auliana, N., & Zaini, M. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Pada Pemilik UKM Bidang Konveksi di Kota Samarinda. *Jurnal Stretegi Dan Bisnis*, 11(1), 1–12.
- Carissa, A. O., Fauzi, A., & Kumadji, S. (2014). Penerapan customer relationship management (CRM) sebagai upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 15(1).
- Christian, T. J., & Yoestini, Y. (2023). Pengaruh Orientasi Pelanggan, Orientasi Kewirausahaan, dan Lingkungan Industri Terhadap Kinerja Pemasaran Syariah Melalui Keunggulan Bersaing Pada UMKM Olahan Pangan Seafood di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4316. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.11410>
- Fitri, & Halik, R. A. F. (2023). Peran Digital Marketing dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Bisnis yang Berkelanjutan pada Usaha Mikro dan Kecil Agribisnis di Polewali Mandar. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 12(3), 556–563. <https://doi.org/10.23887/jish.v12i3.67832>
- Fitri, Halik, R. A. F., & Mutmainna, M. (2023). The effect of digital marketing and entrepreneurial orientation on sustainable business performance in micro agribusiness enterprises. *Proceeding International Conference on Economy, Management, and Business (Volume 1, 2023)*, 1(1), 1850–1859. <https://conference.trunojoyo.ac.id/pub/icembus/article/view/373>
- Gani, D., & Soelaiman, L. (2021). Pengaruh Pengambilan Resiko, Inovasi, Proaktif, Competitive Aggressiveness Dan Otonomi Terhadap Kinerja Usaha Konveksi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(1), 186. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i1.11304>
- Hair, J. ., Hult, G. T. M., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling*.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer Nature.
- Ie, M., & Pratama, V. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pada Usaha Kecil Dan Menengah Sektor Ritel. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 156. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.4279>
- Inayah, N. R. (2021). *Pemberdayaan usaha mikro dan kecil (umk) pengrajin kosmetik pupur basah kota palangka raya oleh dinas koperasi, usaha kecil dan menengah Provinsi Kalimantan Tengah*. IAIN Palangka Raya.
- Lidya Kusuma Sari, Ami Dilham, Inneke Qamariah, & Arif Qaedi Hutagalung. (2022). Effect of Entrepreneurship Competency, Market Orientation, And Entrepreneurial Orientation on Business Performance In Herbal Msmes Medan City. *Journal Of Management Analytical and Solution (JoMAS)*, 2(3), 39–56. <https://doi.org/10.32734/jomas.v2i3.9562>
- Maduwinarti, A., Andayani, S., & Putri, E. P. (2022). Strategi Pemasaran Produk Umk Dan Pendampingan Proses Produksi Di Desa Minggirsari Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar. *JHP17: Jurnal Hasil Penelitian*, 7(1), 41–48.
- Mahadewi, M., Purwasari, N., & Suprpto, B. (2015). *Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Cafe Di Yogyakarta*. 1–15.
- Naibaho, Y. A., & Simanjuntak, M. (2022). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Promosi untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Penyandang Disabilitas (Studi Kasus: Panti Karya Hephata dan Yayasan Cahaya Bersama Rakyat). *Prosiding Seminar Nasional*

Ekonomi Dan Bisnis, 2, 14–28.

- Prajogo, U. (2020). Pengaruh Entrepreneurship dan Market Oriented Terhadap Keunggulan Bersaing untuk Peningkatan Kinerja Online Shop UMKM. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Informatika*, 6(2), 147–152.
- Pratiwi, L. F. L., & Al Rosyid, A. H. (2022). Analisis Preferensi Konsumen dan Strategi Pengembangan Atribut Produk Beras di Daerah Istimewa Yogyakarta pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(3), 1073–1083.
- Putra, I. M. S., & Suparna, G. (2020). *Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Bisnis*. Udayana University.
- Rosianala, A. (2020). Pengaruh Market Orientation Terhadap Kinerja Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Tempe the Influence of Market Orientation on Business. *Jurnal Pertanian ISSN 2087-4936 e-ISSN 2550-0244*, 11, 81.
- Sari, D. P., Ismail, A., & Burhanuddin, B. (2023). ANALISIS PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN DAN KEPUASAN KONSUMEN PRODUK PROGRAM AGRIBISNIS TAMAN TEKNOLOGI PERTANIAN (TTP) CIGOMBONG, KABUPATEN BOGOR. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 20(1), 17–31.
- Sayyida, & Alwiyah. (2018). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercubuana, Indonesia. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 8(1), 10–26. <https://doi.org/10.29303/jmm.v7i2.315>
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancan pasar global. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127.
- Septrizola, W. (2021). Strategic Orientation and Business Performance in West Sumatera. *Sixth Padang International Conference on Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA 2020)*, 416–418.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis*. Penerbit Andi.
- Solimun, F. (2017). AAR, & Nurjannah. (2017). *Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS*.
- Sondra, T. C., & Widjaja, H. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha UKM Bidang Konveksi Di Jakarta Barat. *Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 500–508.
- Syarifah, I., Mawardi, M. K., & Iqbal, M. (2020). Pengaruh modal manusia terhadap orientasi pasar dan kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(1), 69–96.
- TNP2K, T., & TKPKE, I. L. (2021). Pemetaan Program Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Jakarta: Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan*.
- Wilson, H., & Puspitowati, I. (2022). Pengaruh Inovasi, Pengambilan Risiko, Proaktif, Otonomi dan Agresivitas Bersaing terhadap Kinerja UKM di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 115. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i1.17174>
- Yulianthini, N. N., & Dewanti, M. A. (2023). Pengaruh Orientasi Pesaing dan Orientasi Pelanggan terhadap Kinerja Pemasaran dengan Promotional Mix sebagai Variabel Moderasi. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(1), 95–103. <https://doi.org/10.23887/bjm.v9i1.60992>