

# LAPORAN PELAKSANAAN PENELITIAN



## PERANAN INOVASI DALAM MEMEDIASI PENINGKATAN KINERJA UMKM KULINER DI BEKASI UTARA

Oleh

- M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.
- Eri Bukhari, ST., M.M.
- Dr. Muhammad Richo Rianto, S.E., M.M.

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2022

**LEMBAR PENGESAHAN  
LAPORAN PENELITIAN**

1. Judul Penelitian : **"PERANAN INOVASI DALAM MEMEDIASI PENINGKATAN KINERJA UMKM KULINER DI BEKASI UTARA"**
2. Bidang Ilmu : Manajemen
3. Ketua Penelitian
  - a. Nama Lengkap dan Gelar : M Fadhli Nurzal, SE, MM
  - b. NIDN/NIP : 0325057908
  - c. Jenis Kelamin : Laki Laki
  - d. Jabatan Fungsional : Lektor
  - e. Fakultas/ Program Studi : FEB/ Manajemen
4. Jumlah Anggota Penelitian :
  - a. Nama Anggota : 1. Eri Bukhari, ST, MM
  - b. Nama Anggota : 2. Dr. Muhammad Richo Rianto, SE, MM
5. Lokasi Penelitian : Pelaku UMKM Kuliner Bekasi Utara
6. Kerjasama dengan Institusi Lain:
  - a. Nama Institusi
  - b. Alamat
  - c. Telp/Fax/Email
7. Waktu Pelaksanaan Penelitian : April - November 2022
8. Biaya Yang Didukung:
  - a. Sumber Dari Universitas : Rp 14.500.000
  - b. Sumber Lain : Rp 45.200
  - c. Jumlah : Rp 14.545.200

Mengetahui,

Bekasi, 2 Desember 2022

Dekan



(Dr. Istuningsih, CA, CSRA, CMA, CACP)  
NIP. 1905420

Ketua Peneliti



(M. Fadhli Nurzal, SE, MM)  
NIP. 1602242

Menyetujui  
Kepala LPPMP

  
(Prof. Adi Fahudin, Ph.D)  
NIP. 2207564

**LEMBAR PENGESAHAN  
LAPORAN PENELITIAN**

1. Judul Pengabdian : **PERANAN INOVASI DALAM MEMEDIASI PENINGKATAN KINERJA UMKM KULINER DI BEKASI UTARA**
2. Bidang Ilmu : Manajemen
3. Ketua Penelitian
  - a. Nama Lengkap dan Gelar : M Fadhli Nursal, SE,MM
  - b. NIDN/NIP : 0325057908
  - c. Jenis Kelamin : Laki Laki
  - d. Jabatan Fungsional : Lektor
  - e. Fakultas/ Program Studi : FEB/ Manajemen
4. Jumlah Anggota Penelitian
  - a. Nama Anggota : 1. Eri Bakhari, ST,MM
  - b. Nama Anggota : 2. Dr. Muhammad Richo Rianto, SE, MM
  - c. : -
5. Lokasi Penelitian : Pelaku UMKM Kuliner Bekasi Utara
6. Kerjasama dengan Instansi Lain
  - a. Nama Instansi : -
  - b. Alamat : -
  - c. Telp/Fax/Email : -
7. Waktu Pelaksanaan Penelitian : April – November 2022
8. Biaya Yang Diajukan
  - a. Sumber Dari Universitas : Rp 14.500.000
  - b. Sumber Lain : Rp 45.200
  - c. Jumlah : Rp 14.545.200

Kepala Biro Keuangan :

Mengetahui,

Bekasi, 2 Desember 2022  
Ketua Peneliti



(Pratiwi Nita Suri, S.E., M.Ak., Ak., CPA)  
NIP : 2004463



(M. Fadhli Nursal, SE, MM)  
NIP: 1602242

Mengetahui  
Kepala LPPMP

(Prof. Adi Wahudin, Ph.D)  
NIP: 2207504

## SURAT PERNYATAAN KETUA PENELEITIAN/ PELAKSANA

Yang berlandatangan dibawah ini :

Nama : M. Fadhli Nursal, SE, MM

NIDN : 0325057908

Pangkat/ Golongan : III-C

Jabatan Fungsional : Lektor

Dengan ini menyatakan bahwa laporan penelitian sayan dengan judul "Peranan Mediasi Inovasi dalam Peningkatan Kinerja UMKM Kuliner di Bekasi Utara" yang diusulkan untuk tahun anggaran 2021-2022 bersifat original dan belum pernah dibiayai oleh Lembaga/sumber dana lainnya, Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia untuk di prooes sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini kami buat dengan sebenar- benarnya:

Kota Bekasi, Desember 2022

Mengetahui,

Menyetujui,

Kepala LPPMP

Ketua Pelaksana Penelitian



(Prof. Adi Fahrudin, Ph.D)

NIP: 2207564



(M. Fadhli Nursal, SE, MM

NIP: 1602242

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan Puji syukur ke hadirat Allah SWT, atas berkas Rahmat dan KaruniaNya, Kami dapat menyelesaikan pelaksanaan penelitian dengan judul peranan inovasi dalam memediasi peningkatan kinerja UMKM Kuliner di Kota Bekasi Utara. Penelitian ini merupakan perwujudan salah satu Tri Dharma Perguruan tinggi yang dilaksanakan oleh civitas akademika program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam kesempatan ini, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar - besarnya kepada :

1. Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah membiayai dan memberikan fasilitas dalam pelaksanaan pengabdian.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan kemudahan dalam proses pelaksanaan pengabdian.
3. LPPMP Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan dukungan dan bimbingan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.
4. Para Pelaku UMKM di wilayah Bekasi Utara yang telah bersedia membantu untuk mengisi kuesioner penelitian.

Akhir kata semoga pengabdian kepada masyarakat ini dapat bermanfaat bagi para pelaku UMKM di Desa Labuan Ranten.

Bekasi, 2 Desember 2022

Ketun Pelaksana



M. Fadhli Nirsal, SE, MM

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
RINGKASAN .....	vi
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
BAB 2. TINJAUAN PUSATAKA .....	2
BAB 3. TUJUAN DAN MANFAAT .....	5
3.1 Tujuan Penelitian .....	5
3.2 Manfaat Penelitian .....	5
BAB 4. METODE PENELITIAN .....	6
BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	14
5.1 Deskripsi Data .....	14
5.2 Hasil .....	14
5.3 Pembahasan .....	17
BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN .....	18
6.1 Kesimpulan .....	19
6.2 Saran .....	19

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## RINGKASAN

Kinerja merupakan bagian penting dalam menentukan indikator keberhasilan sebuah usaha. Kinerja yang baik ditentukan oleh factor financial dan non financial di dalam sebuah usaha UMKM. Ada banyak factor yang mempengaruhi kinerja di dalam sebuah organisasi termasuk UMKM. Penelitian ini mempelajari, mengetahui dan menganalisa pengaruh market orientation, entrepreneurial orientation, knowledge management dan organization learning terhadap kinerja yang di Mediasi oleh Inovasi.

Kota Bekasi merupakan salah satu kota yang memiliki jumlah penduduk yang terbanyak. Oleh karenanya peluang ini menjadi sesuatu yang dapat dijadikan keunggulan bagi usaha (UMKM) salah satunya adalah UMKM Kuliner. Pemahaman para pelaku usaha untuk memiliki orientasi wirausaha, orientasi pada pasar, pengelolaan pengetahuan dan organisasi pembelajar saat ini masih menjadi bagian penting untuk dilakukan dalam bisnis. Selain itu peranan mediasi dari inovasi menjadi variable yang relevan bagi pengusaha untuk dapat memiliki keunggulan bersaing.

Penelitian ini didesain berdasarkan penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument penelitian untuk mendapatkan presepsi dari responden yang kemudian dianalisa menggunakan alat statistic Smartpls 4.0 sebagai dasar pengambilan kesimpulan untuk menjawab hipotesis. Penelitian ini menggunakan Teknik pengambilan sampel berupa purposive sampling, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Selain itu minimal sampel dalam penelitian ini mengadopsi dari penelitian Hair et al dimana jumlah indicator x angka 5. Berdasarkan minimal sampel dan waktu penelitian yang telah dikumpulkan maka responden dalam penelitian ini berjumlah 231 responden.

Hasil akhir penelitian ini menemukan bahwa semua hipotesis yang diduga berpengaruh antara satu dan lainnya namun ada 3 hipotesis yang tidak sesuai dengan dugaan yaitu pengaruh organisasi pembelajar terhadap inovasi, organisasi pembelajar terhadap kinerja dan peranan mediasi inovasi dalam menghubungkan antara organisasi pembelajar dan kinerja UMKM.

Kebaharuan penelitian ini adalah pengembangan model penelitian yang belum pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya. Selain itu penelitian ini focus pada kinerja UMKM yang ada di Kota Bekasi Utara yang merupakan salah satu daerah dengan jumlah penduduk yang banyak.

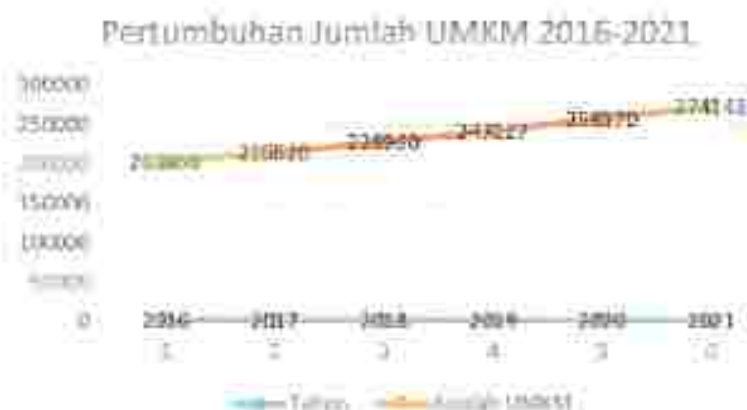
### KATA KUNCI

Kinerja UMKM; Orientasi Pasar; Orientasi kewirausahaan; Knowledge Management, Organizational learning, Inovasi dan Kinerja UMKM Kuliner Bekasi

## BAB I PENDAHULUAN

Adaptasi menjadi bagian penting bagi pelaku usaha untuk dapat berkompetisi ditengah perubahan kondisi persaingan dan teknologi yang semakin ketat dan cepat (Mohammad, 2019). Perubahan kondisi persaingan dan teknologi yang ketat juga dialami oleh industri kecil dan menengah (UMKM). Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki arti yang begitu penting bagi suatu daerah terutama sebagai salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi daerah. Kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu cara agar produk kreatif daerah dapat dikenal dan memberikan peluang bisnis bagi pelaku usaha di daerah(Halim, 2020).

Bekasi merupakan salah satu daerah yang memiliki UMKM terbanyak di Indonesia. UMKM memiliki kontribusi yang tinggi terhadap pertumbuhan perekonomian Kota Bekasi. Berdasarkan hasil sensus ekonomi BPS tahun 2016, jumlah UMKM di Kota Bekasi sekitar 203.000 unit UMKM, sebanyak 12,186 merupakan jenis usaha perdagangan pengolahan makanan dan minuman dengan serapan tenaga kerja sebesar 410.000 orang pekerja pada tahun 2016 (Insani et al., 2021).



Sumber : Data diolah dari BPS

Berdasarkan grafik diatas jumlah UMKM di Bekasi selama tahun 2016 hingga 2021 mengalami peningkatan sebesar 6,1%. Dimana tahun 2016 sebanyak 203.056 UMKM, tahun 2017 sebanyak 215.620 UMKM, tahun 2018 sebanyak 228.960 UMKM, tahun 2019 sebanyak 243.127 UMKM, tahun 2020 sebanyak 258.170 UMKM dan tahun 2021 sebanyak 274. 143 UMKM. Hal ini semakin menguatkan bahwa UMKM menjadi sektor yang penting untuk diteliti karena memberikan banyak kontribusi baik bagi para pelaku umkm maupun bagi peningkatan ekonomi daerah tersebut.

Kinerja merupakan bagian penting untuk UMKM agar dapat bertahan dan berkelanjutan. Peningkatan kinerja suatu usaha didorong oleh upaya inovasi yang mampu dilakukan oleh para pelaku usaha(Ryadi & Yasa, 2016). Pelaku usaha yang melakukan inovasi dipercaya mampu untuk meningkatkan kinerja usahanya serta dapat bertahan dalam ketidakpastian lingkungan bisnis (Ryadi & Yasa, 2016). Kecepatan inovasi mengacu pada kemampuan organisasi untuk mempercepat pengembangan dan komersialisasi produk atau layanan untuk mencapai keunggulan kompetitif(Allocca & Kessler, 2006). Selain inovasi beberapa faktor lain yang mempengaruhi kinerja adalah market orientasi (Raj & Srivastava, 2013)(Masa' deh, 2018)(Arief & Rostawan, 2009; Farooq, 2019), orientasi kewirausahaan (Sirén et al., 2017)(Shah & Ahmad, 2019), knowledge management (Rianto et al., 2021)(Khalil & Melimood, 2018)(Al-qarioti, 2015) dan organisasi pembelajar (Mohammad, 2019)(Rianto et al., 2021)(Getavia, n.d.).



## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### **Kinerja UMKM**

Kinerja didefinisikan sebagai kemampuan mengeksploitasi lingkungan organisasi untuk mengakses dan menggunakan sumber daya yang terbatas. Definisi kinerja UMKM merujuk juga pada keefektifan (pencapaian tujuan) dan efisiensi (penggunaan sumber daya yang efisien dalam mencapai tujuan) (Rianto et al., 2021)

### **Market orientasi**

Orientasi pasar menjelaskan tentang bagaimana perusahaan melakukan atau menjalankan konsep pemasaran. Dalam perspektif yang lain orientasi pasar juga dapat dipahami sebagai suatu perilaku inovatif (Kohli (Arief & Rosiwan, 2009)

### **Orientasi kewirausahaan**

Orientasi Kewirausahaan merupakan suatu kondisi yang cenderung individunya untuk melakukan suatu inovasi, proaktif, dan mau mengambil resiko untuk memulai atau mengelola usaha (Knight, 2000)

Menurut Muchlisolifah (2005) orientasi kewirausahaan merupakan kapabilitas organisasi yang memberikan suatu kontribusi penciptaan terhadap sumberdaya organisasi yang unik, dan keunggulan posisional yang berpengaruh terhadap kinerja.

### **Knowledge Management**

Pengelolaan pengetahuan merupakan proses memperoleh, mengubah, menyebarkan, menerapkan dan menggunakan kembali pengetahuan dalam sebuah organisasi (Sabri, 2005). Peran pengelolaan pengetahuan dalam organisasi adalah berkaitan dengan menciptakan, mengatur, berbagi dan menggunakan pengetahuan dalam organisasi (Cooper et al., 2016)

### **Organisasi pembelajaran**

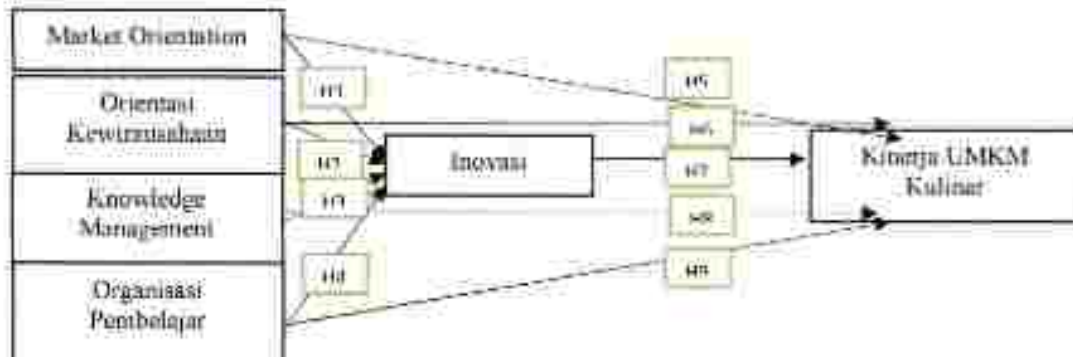
Organisasi pembelajar terdiri dari serangkaian proses yang berorientasi pada menghasilkan pengetahuan baik dari lingkungan internal maupun eksternal. Internal *learning* dapat muncul melalui metode seperti penelitian, pengembangan dan pengolahan produksi sedangkan eksternal *learning* terjadi di luar batas organisasi dan kemudian diintegrasikan ke dalam organisasi dengan basis pengetahuan internal. Pembelajaran ini dapat terjadi secara individu ataupun seluruh organisasi secara menyeluruh (Rianto et al., 2021)

### **Inovasi**

(Siagian & Ikatrinasari, 2019) Inovasi dalam konsep yang luas sebenarnya tidak hanya terbatas pada produk karena inovasi dapat berupa ide, caracara ataupun obyek yang dipersepsikan oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru, inovasi juga sering digunakan untuk merujuk pada perubahan yang dirasakan sebagai hal yang baru oleh masyarakat yang mengalaminya.

## Framework

Kerangka pemikiran merupakan bagian penting dalam proses berfikir untuk menggambarkan keterkaitan variabel dalam penelitian (Handayani & Rianto, 2021)



Pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi, bahwa terdapat hubungan positif signifikan antara komponen orientasi pasar yang meliputi orientasi pelanggan, orientasi pesaing, koordinasi interfungsi dengan inovasi (Jiménez-Jimenez et al., 2008). Hal yang sama juga diteliti oleh (Manahera et al., 2018) Entrepreneur Orientation merupakan kapabilitas organisasi yang memberikan suatu kontribusi penciptaan terhadap sumberdaya organisasi yang unik. Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap inovasi. Pengelolaan pengetahuan juga menjadi salah satu peningkatan Inovasi. Pengetahuan yang ditransfer akan meningkatkan pengetahuan dan skill baru sehingga dapat meningkatkan pengembangan pada manusia itu sendiri dan secara langsung akan meningkatkan inovasi (Iqbal et al., 2019). Organization learning juga memiliki pengaruh terhadap inovasi (Pratiwi & Farani, 2019). Berdasarkan argumentasi diatas maka ditarik beberapa hipotesis sebagai berikut :

H1. Market orientation berpengaruh terhadap Innovation

H2. Entrepreneur Orientation berpengaruh terhadap Innovation

H3. Knowledge Management berpengaruh terhadap Innovation

H4. Organization Learning berpengaruh terhadap Innovation

Selain itu beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM. Menurut penelitian (Khafil & Mahmood, 2018; Shah & Ahmad, 2019; Teece, David J, 1997) inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Penelitian sejenis juga dilakukan oleh (Manahera et al., 2018) dimana entrepreneur orientation berpengaruh terhadap kinerja UMKM dan begitu juga pengaruh pengelolaan pengetahuan (Khafil & Mahmood, 2018; Rianto et al., 2021) serta organization learning terhadap kinerja (Mohammad, 2019)(Rianto et al., 2021). Berdasarkan argumentasi diatas dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

H5. Market orientation berpengaruh terhadap kinerja

H6. Entrepreneur Orientation berpengaruh terhadap kinerja

H7. Innovation berpengaruh terhadap kinerja

H8. Knowledge Management berpengaruh terhadap kinerja

H9. Organization Learning berpengaruh terhadap Kinerja

Innovation dianggap memiliki peranan penting dalam memediasi hubungan market orientation, entrepreneur orientation, knowledge management dan organization learning terhadap kinerja.

Penelitian (Tega Asashi, 2017) (Devara satya komang, 2019) menyatakan bahwa pada orientasi pada pasar dengan adanya inovasi yang berperan sebagai mediator untuk mendorong kinerja organisasi. Begitu juga entrepreneur orientation terhadap kinerja yang dimediasi oleh inovasi menemukan bahwa inovasi berhasil memediasi hubungan antara kewirausahaan dengan kinerja (Arief & Rosiawan, 2009). Pengelolaan pengetahuan terhadap kinerja yang dimediasi oleh inovasi memiliki pengaruh yang positif (Iqbal et al., 2019). Pembelajaran organisasi akan mendorong manajemen perusahaan untuk menterjemahkan setiap ide yang muncul dalam lini produksi dan mensinergikan ide-ide yang muncul pada masing-masing lini produksi untuk menjadi sebuah kekuatan ide bagi perusahaan (Pratiwi & Fanani, 2019). Berdasarkan argumentasi diatas, maka diambil kesimpulan hipotesis sebagai berikut :

- H10. Market orientation berpengaruh terhadap kinerja yang dimediasi oleh Innovation
- H11. Entrepreneur orientation berpengaruh terhadap kinerja yang dimediasi oleh Innovation
- H12. Knowledge Management berpengaruh terhadap kinerja yang dimediasi oleh Innovation
- H13. Organization Learning berpengaruh terhadap kinerja yang dimediasi oleh innovation

## **BAB III TUJUAN DAN MANFAAT**

### **3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian merupakan salah satu bagian penting dalam tahapan penelitian. Tujuan penelitian memberikan arah dan rencana bagaimana penelitian dilakukan dan hasil yang akan dicapai dalam penelitian. Berdasarkan permasalahan masalah diatas dapat ditarik beberapa tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Market orientation terhadap Innovation
- b. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Entrepreneurial Orientation terhadap innovation
- c. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Knowledge Management terhadap Innovation
- d. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Organizational Learning terhadap Innovation
- e. Untuk mengetahui dan menganalisa Market orientation terhadap kinerja UMKM dimediasi oleh Innovation
- f. Untuk mengetahui dan menganalisa Entrepreneurial orientation terhadap kinerja UMKM dimediasi oleh Innovation
- g. Untuk mengetahui dan menganalisa Knowledge Management terhadap kinerja UMKM dimediasi oleh Innovation
- h. Untuk mengetahui dan menganalisa Organizational Learning terhadap kinerja UMKM dimediasi oleh Innovation

### **3.2 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian berdasarkan konsep yang telah dibangun adalah sebagai berikut :

- a. Manfaat penelitian secara teoritis  
Manfaat penelitian yang dapat disimpulkan berdasarkan konsep dan pengembangan teori yang dibangun adalah untuk menguatkan temuan-temuan dari literatur dan research gap yang sudah dilakukan sebelumnya oleh beberapa penelitian sebelumnya. Secara teoritis penelitian ini juga akan menjadi referensi teori-teori yang dikembangkan pada variable market orientation, entrepreneurial orientation, knowledge management, organizational learning, inovasi dan performance.
- b. Manfaat penelitian secara praktis  
Manfaat penelitian ini secara praktis akan memberikan masukan dan rekomendasi kepada para pelaku UMKM kuliner di Bekasi Utara. Hasil penelitian ini akan menjadi landasan bagi para pelaku UMKM untuk mengambil strategi bersaing serta menjadi dasar bagi pemerintah daerah untuk mendukung kinerja UMKM kuliner di Bekasi Utara.

## **BAB IV METODOLOGI**

### **Rancangan Penelitian**

Desain penelitian adalah pedoman atau prosedur serta teknik dalam perencanaan penelitian yang berguna sebagai panduan untuk membangun strategi yang menghasilkan model penelitian (Sujarweni, 2017). Penelitian ini merupakan penelitian yang membahas strategik manajemen dalam ruang lingkup peningkatan kinerja perusahaan yang dipengaruhi perubahan strategi pemasaran, pengelolaan pengetahuan, kepemimpinan transformasional dan organisasi pembelajar.

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian Kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan sebuah penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur – prosedur statistik atau cara – cara lain dari pengukuran (Sujarweni, 2018). Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode *mix method* yaitu menggabungkan penelitian kuantitatif yang meliputi pengumpulan data untuk dapat menjawab pertanyaan dengan menguji hipotesis (L. Ghazali & Latan, 2015). Data yang telah dikumpulkan melalui daftar pertanyaan dalam bentuk survey kualitatif dengan wawancara kemudian diuji secara kuantitatif dengan menggunakan analisis *Structure Equation Model* (SEM).

### **Tahapan Penelitian**

Proses penelitian merupakan penelitian yang pelaksanaannya berdasarkan prosedur pengumpulan data yang telah di rencanakan sebelumnya. Adapun tahapan tahapan dalam penelitian ini (Sujarweni, 2018):

1. Mengidentifikasi masalah
2. Dalam tahap ini penulis akan menemukan topik permasalahan khusus yang akan diteliti lebih spesifik.
3. Merumuskan dan membatasi masalah
4. Setelah mengetahui adanya permasalahan penulis merumuskan masalah dan membatasi permasalahan yang telah ditetapkan, sehingga dapat terjawab secara spesifik dalam penelitian ini.
5. Melakukan studi pustaka
6. Dalam tahap ini penulis melakukan tinjauan teori - teori dari peneliti - peneliti terdahulu, buku dan studi pustaka lainnya yang relevan.
7. Merumuskan hipotesis atau pernyataan penelitian
8. Dengan didukungnya teori pendukung penulis dapat menentukan hipotesis penelitian dan menetapkan penelitian yang akan dilakukan.
9. Menentukan desain dan metode penelitian
10. Dalam tahapan ini penulis menentukan desain dan metode dari hipotesis yang sudah ditentukan.
11. Menyusun instrumen dan mengumpulkan data
12. Tahapan ini dilakukan untuk dengan cara menyebarkan data yang digunakan untuk mengukur instrumen penelitian.
13. Menganalisis data
14. Merupakan proses pengelolaan data yang selanjutnya akan dilakukan analisis.
15. Menginterpretasikan temuan dan menarik kesimpulan
16. Tahapan ini menjelaskan mengenai hasil penelitian dan menarik kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian, sehingga dapat menjawab semua pertanyaan dari rumusan masalah.

**Tabel Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Item	Tahun
Market Orientation	Orientasi pasar menjelaskan tentang bagaimana perusahaan melakukan atau menjalankan konsep pemasaran. Dalam perspektif yang lain orientasi pasar juga dapat dipahami sebagai suatu perilaku inovatif (Arief & Rosuwani, 2009)	<ol style="list-style-type: none"> <li>Kami dapat merespon dengan cepat terhadap tindakan pesaing</li> <li>Kegiatan kompetitif kami didorong oleh terciptanya kepuasan pelanggan</li> <li>Kami sering menilai kepuasan pelanggan</li> <li>Kami secara aktif menilai perilaku pesaing</li> <li>Kami mengkoordinasikan semua fungsi dalam organisasi untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan</li> </ol>	5	(Narver & Slater, 1990)
Orientasi Kewirausahaan	Orientasi Kewirausahaan merupakan suatu kondisi yang cenderung individu untuk melakukan suatu inovasi proaktif, dan mau mengambil resiko untuk memulai atau mengelola usaha (Knight, 1921)	<ol style="list-style-type: none"> <li>Kami bertindak secara independen dalam mengemukakan gagasan dalam mengatur peluang</li> <li>Kami terlibat dan mendukung dalam proses inovasi yang dapat menghasilkan produk, layanan, atau proses teknologi baru</li> <li>Kami bersedia mengambil risiko untuk mencapai pertumbuhan</li> <li>Kami terus memperkenalkan produk dan layanan baru untuk mencapai pertumbuhan</li> <li>Kami terus berusaha untuk tetap berada di depan pesaing kami untuk mencapai pertumbuhan</li> </ol>	5	(Lumpkin & Dess, 1996)
Knowledge Management	Peran pengelolaan pengetahuan dalam organisasi adalah berkaitan dengan pencapaian, mengatur, berbagi dan menggunakan pengetahuan dalam organisasi (Cooper et al., 2016)	<ol style="list-style-type: none"> <li>Kami menghargai sikap dan pendapat karyawan untuk meningkatkan keterampilan</li> <li>Kami memiliki sistem informasi pelanggan yang baik</li> <li>Kami secara aktif memperoleh informasi pasar</li> <li>Kami peka terhadap informasi perubahan pasar</li> <li>Kami mempekerjakan dan mempertahankan orang ahli dalam bidangnya</li> <li>Kami mendapatkan informasi dari survei</li> <li>Informasi pasar mudah menyebarkan di UMKM kami</li> <li>Kami menyebarkan pengetahuan di tempat kerja</li> <li>Kami menggunakan sistem atau metode tertentu dalam menyebarkan pengetahuan (misalnya grup wa)</li> <li>Kami menggunakan teknologi (grup wa, intranet) untuk memfasilitasi komunikasi</li> <li>Kami menggunakan komunikasi "tertulis" (email/wa) untuk menyebarkan pengetahuan</li> <li>Kami merespon cepat pengetahuan mengenai masalah, pesaing dan teknologi</li> <li>Kami mudah menyesuaikan pada perubahan produk, proses dan strategi</li> </ol>	14	(Darroch & Darroch, 2015)

		14. Kegiatan pemasaran berkembang dengan baik di UMKM kami		
Organisasi Pembelajaran	Organisasi pembelajar terdiri dari serangkaian proses yang berorientasi pada menghaulkan pengetahuan baik dari lingkungan internal maupun eksternal. Internal <i>learning</i> dapat muncul melalui metode seperti penelitian, pengembangan dan pengalaman produksi sedangkan eksternal <i>learning</i> terjadi di luar batas organisasi dan kemampuan diintegrasikan ke dalam organisasi dengan basis pengetahuan internal. Pembelajaran ini dapat terjadi secara individu maupun seluruh organisasi secara menyeluruh (Rianto et al. 2021)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Di UMKM kami orang mengidentifikasi keterampilan yang mereka butuhkan untuk tugas pekerjaan di masa yang akan datang</li> <li>2. Di UMKM kami pimpinan mencari peluang untuk belajar</li> <li>3. Di UMKM kami orang dibarengi untuk belajar</li> <li>4. Di UMKM kami karyawan diberi waktu untuk mendukung pembelajaran</li> <li>5. Di UMKM kami membuat sistem pembelajaran yang dapat digunakan oleh semua karyawan</li> <li>6. Di UMKM karyawan saling membantu untuk belajar</li> <li>7. Di UMKM orang bersikap jujur dan terbuka satu sama lain</li> </ol>	7	(Rianto et al., 2021)
Inovasi	Inovasi dalam konsep yang luas sebenarnya tidak hanya terbatas pada produk karena inovasi dapat berupa ide, cara-cara ataupun obyek yang dipersiapkan oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru, inovasi juga sering digunakan untuk merujuk pada perubahan yang dirasakan sebagai hal yang baru oleh masyarakat yang mengalami (Sugian & Ikatinasari, 2019)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manajer Usaha kami memiliki keberanian untuk membuat inovasi dan mengambil resiko</li> <li>2. Manajer aktif memimpin karyawan untuk berkembang dan berinovasi dalam Usaha kami.</li> <li>3. Manajer memiliki visi dan wawasan untuk menciptakan peluang bisnis baru dibidang kuliner</li> <li>4. Para karyawan harus menghadapi tantangan sehingga mereka dapat belajar dan berkembang dari tantangan tersebut</li> <li>5. Usaha kami memperhatikan kinerja karyawan dan mendorong motivasi dari para karyawan</li> <li>6. Usaha kami bersedia untuk mengambil resiko, ambisi dan energi.</li> </ol>	6	(Chang et al., 2007)

Kinerja	Kinerja didefinisikan sebagai kemampuan mengeksploitasi lingkungan organisasi untuk mengakses dan menggunakan sumber daya yang tersedia. Definisi kinerja UMKM merujuk juga pada keefektifan (pencapaian tujuan) dan efisiensi (penggunaan sumber daya yang efisien dalam mencapai tujuan) (Rianto et al., 2021).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendapatan UMKM Kami bertambah setiap tahunnya</li> <li>2. UMKM kami mampu untuk meningkatkan keuntungan</li> <li>3. UMKM kami dapat menjual lebih banyak produk perbulan setiap tahunnya</li> <li>4. UMKM kami memelihara hubungan baik dengan pelanggan tetap</li> <li>5. UMKM kami mendapatkan banyak pelanggan baru</li> <li>6. UMKM kami memberikan rasa puas kepada pelanggan</li> <li>7. UMKM kami mendapat respon positif dari pelanggan</li> </ol>	7	(Rianto et al., 2021)
---------	---	---	---	-----------------------

### Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Bekasi Utara, objek dalam penelitian ini adalah Pelaku UMKM Kuliner yang terdapat di Bekasi Utara. Waktu penelitian ini adalah dari perencanaan proposal hingga kegiatan ini dapat diimplementasi.

### Populasi Penelitian

Populasi mengacu kepada seluruh kelompok orang, peristiwa atau hal-hal yang menarik yang ingin diteliti oleh peneliti. Pengambilan sampel harus di mulai dengan mendefinisikan target populasi dengan tepat. Target populasi harus di definisikan dalam elemen, batas geografis dan waktu (Sujarweni, 2018a). Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM Kuliner yang ada di Bekasi Utara.

### Sampel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Hal ini menunjukkan bahwa sampel merupakan anggota dari populasi dan bukan merupakan semua populasi melainkan hanya beberapa. Dengan demikian sampel merupakan sub kelompok atau subset dari populasi. Dengan mempelajari sampel seharusnya peneliti mampu menarik kesimpulan yang dapat di generalisasikan menjadi populasi (Sujarweni, 2018a)

Sampel dalam penelitian ini adalah populasi dari UMKM kuliner yang ada di Bekasi Utara. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*; di mana pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria yang dipilih adalah kuliner yang sudah berjalan minimal 2 tahun dan memiliki karyawan minimal 3 orang dengan modal 50.000.000. Responden dalam penelitian ini adalah Owner atau pemilik dari umkm kuliner. Ukuran sampel mengadopsi (Joseph F. Hair Jr, William C. Black & Anderson, 2014) dimana jumlah indikator x 5 -10, sehingga jumlah minimal sampel dalam penelitian ini adalah 210 responden. Berdasarkan hasil observasi lapangan di dapat data sebagai berikut :

Jumlah Data Terkumpul	240 Responden
Tidak Memenuhi Syarat 9	9 Responden
Data yang memenuhi syarat dan dapat digunakan	231 Responden

### Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan *multivariate analysis*. *Multivariate analysis* yang di gunakan untuk menguji statistik deskriptif (mean dan standart deviasi) dan statistik inferensial untuk menguji hipotesis dalam penelitian. *Multivariate analysis* ini akan menggunakan alat analisis *Structural Equation Model (SEM)*. Penelitian yang baik sangat tergantung dari alat ukur yang di gunakan dalam penelitian. *Structural Equation Model (SEM)* dalam penelitian ini berbasis



*Partial Least Square (PLS)*. SEM yang berbasis kovarians umumnya menguji kausalitas sedangkan PLS lebih bersifat *predictive model*.

PLS merupakan metode analisis yang *powerfull* (I. Ghozali, 2016) dan tidak didasarkan pada asumsi yang mengharuskan data bersifat normal, jumlah sampel yang besar dan memenuhi kriteria *goodness of fit* dalam penelitian. Menurut (I. Ghozali, 2016) PLS merupakan pendekatan alternatif yang menggunakan pendekatan SEM berbasis kovarians menjadi varian. PLS dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh hubungan antar variabel laten dan menganalisis konstruk yang dibentuk dengan indikator reflektif dan formatif.

Penelitian yang baik harus memperhatikan pentingnya kesimpulan yang dibuat harus dapat diverifikasi sehingga data yang diperoleh harus *plausible, reliable, dan valid* (Sujarweni, 2018) Penelitian ini akan menggunakan uji validitas (*test of validity*) untuk menguji validnya dan absahnya sebuah data serta melakukan uji reliabilitas (*test of reliability*) untuk menguji kehandalan data. Menurut (Chin, 2014) adapun kriteria model *Partial Least Square (PLS)* ditunjukkan pada tabel adalah sebagai berikut :

#### Menilai Outer Model atau *Measurement Model*

##### Uji Validitas

Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data dalam penelitian untuk dapat di gunakan dalam menjelaskan variabel yang di maksud SmartPis 3.0 di gunakan untuk mengetahui tingkat validitas dalam penelitian ini Menurut (I. Ghozali & Latan, 2015) validitas adalah sejauh mana hasil penelitian secara akurat mewakili data yang dikumpulkan (validitas internal) dan (2) dapat di generalisasi atau ditransfer pada konteks lain (validitas eksternal). Pengujian validitas bertujuan untuk mengetahui apakah item pernyataan yang digunakan dalam penelitian dapat mengukur variabel penelitian secara tepat. Pengujian validitas dilakukan dengan melihat *content validity* dan *construct validity*. *Content validity* merupakan sejauh mana pengukuran instrument dapat mewakili seluruh karakteristik variabel. *Content validity* bersifat *judgmental*.

Menurut (P. D. H. I. Ghozali & Latan, 2015) suatu item pernyataan harus memenuhi kriteria untuk dapat dinyatakan sebagai data yang valid. Item pernyataan yang tidak memiliki korelasi kriteria yang ditunjukkan dengan nilai /skor tiap butir dengan skor total dari hasil penjumlahan setiap nilai/skor butir pernyataan. Item atau butir pernyataan yang tidak memenuhi kriteria tidak dapat di gunakan dalam penelitian karena dianggap tidak valid. Validitas merupakan suatu tolak ukur yang digunakan untuk mengetahui seberapa baik atau layak indikator - indikator yang di gunakan dalam penelitian. Suatu kuesioner penelitian dapat di katakan valid jika mampu mengukur apa yang seharusnya diukur (I. Ghozali & Latan, 2015). Dalam uji validitas terdapat dua pengujian, yaitu sebagai berikut :

##### *Convergent Validity* (Validitas Konvergen)

*Convergent validity* merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel dengan indikator. Semakin tinggi nilai *loading factor* maka semakin tinggi pula korelasinya dan indikator dinyatakan valid atau layak. *Convergent validity* di nilai berdasarkan *loading factor*. Untuk menilai validitas konvergen yaitu nilai *loading factor* berkorelasi  $> 0,7$ . (I. Ghozali & Latan, 2015).

Orientasi Pasar		Orientasi Kewirausahaan		Knowledge Management		Organisasi Pembelajar		Inovasi		Kinerja UMKM Kuliner	
OP1	0,530	OK1	0,787	KM1	0,380	OL1	0,421	IN1	0,834	PF1	0,013
OP2	0,749	OK2	0,907	KM2	0,213	OL2	0,993	IN2	0,990	PF2	0,819
OP3	0,879	OK3	0,633	KM3	0,981	OL3	0,829	IN3	0,865	PF3	0,779
OP4	0,758	OK4	0,832	KM4	0,902	OL4	0,178	IN4	0,915	PF4	0,864
OP5	0,866	OK5	0,870	KM5	0,832	OL5	0,885	IN5	0,908	PF5	0,879

	KM6	0,474	OL6	0,895	IN6	0,913	PF6	0,859
	KM7	0,734					PF7	0,775
	KM8	0,880						
	KM9	0,816						
	KM10	0,821						
	KM11	0,837						
	KM12	0,848						
	KM13	0,939						
	KM14	0,120						

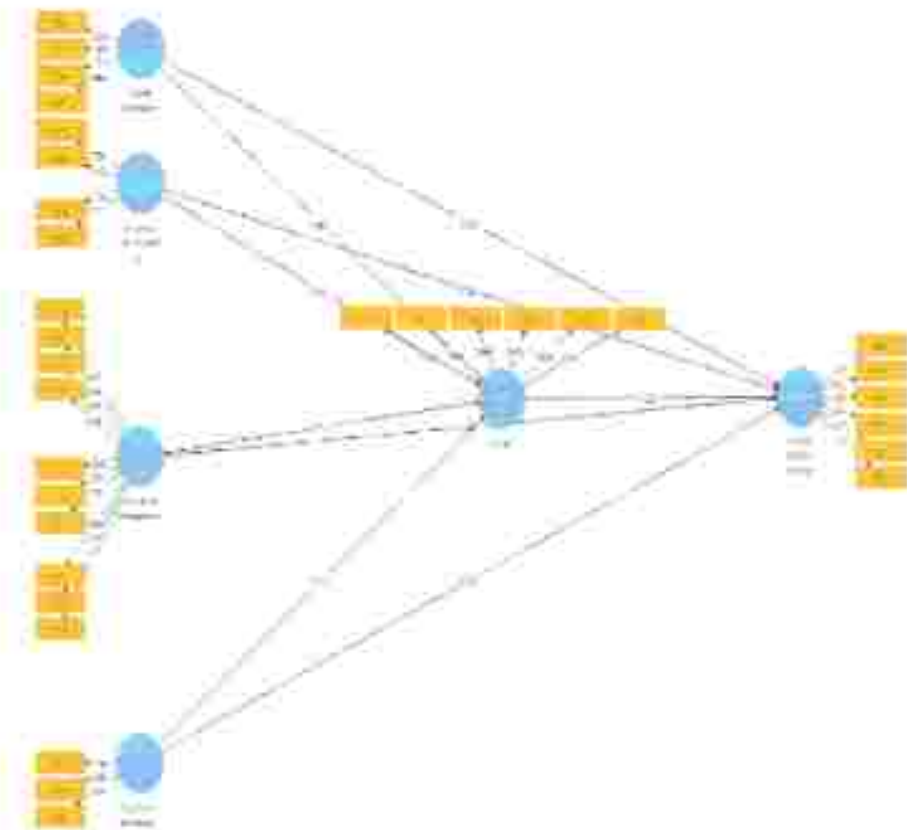
Berdasarkan hasil outer loading berikut maka beberapa item pernyataan harus di eliminasi karena tidak sesuai dengan syarat yang dapat diterima sebagai outerloading yang layak dalam sebuah data penelitian.

- a. Orientasi Pasar = OP1
- b. Orientasi Kewirausahaan = OK 3
- c. Knowledge Management = KM1, KM2, KM6, dan KM14
- d. Organisasi Pembelajaran = OL1, OL2, dan OL 4
- e. Inovasi = I
- f. Kinerja UMKM Kuliner = PF1

Setelah dilakukan eliminasi sehingga dapat dibentuk part model yang memenuhi syarat sebagai berikut:

**Gambar PLS Algoritma Pengaruh Market Orientation, orientasi Kewirausahaan, Knowledge Management, Organisasi Pembelajaran terhadap Kinerja UMKM Kuliner yang dimediasi oleh Inovasi**

Keiiahifitas



Berdasarkan hasil construct validity dan reliability pada smart pls , maka di dapat data sebagai berikut

	Cronbach's Alpha	IFix_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Inovasi	0,940	0,963	0,959	0,796
Nilai-nilai UKM Kuliner	0,910	0,913	0,923	0,682
Knowledge Management	0,952	0,959	0,959	0,702
Market Orientation	0,849	0,889	0,894	0,678
Organisasi Pembelajaran	0,791	1,423	0,848	0,654
Oriantasi Kewirausahaan	0,914	0,933	0,929	0,682

Hasil data diatas merepresentasikan bahwa nilai Cronbach alpha dari masing masing variabel diatas 0,7, yang artinya semua variabel memenuhi syarat reliabilitas dan nilai AVE diatas 0,5 yang membuktikan bahwa data dalam penelitian ini layak untuk digunakan.

#### **Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis Teknik Analisis Data**

Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2016:206) memiliki dua jenis statistik yang dapat di gunakan untuk menganalisa data dalam penelitian, antara lain :

Statistik Deskriptif : Statistik yang di gunakan dalam menganalisa data dengan menggunakan deskripsi atau gambaran dari data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang dapat berlaku umum atau generalisasi

Statistik *Inferensial* : probabilitas

Statistik yang di gunakan untuk menganalisa sampel yang hasilnya diberlakukan untuk populasi. Statistik model probabilitas sangat baik jika sampel yang diambil dari populasi jelas dan teknik pengambilan sampel dilakukan secara random.

#### **Struktural (*Inner Model*)**

Uji inner merupakan model struktural untuk memprediksi atau mengestimasi hubungan antar variabel laten (Ghozali & Latan, 2015). Pengujian dalam inner model diuraikan sebagai berikut :

##### **R - Square**

*R - Square* di gunakan untuk menjelaskan pengaruh dari variabel laten independen terhadap variabel laten dependen. Nilai *R - Square* 0,75 maka di katakan sebagai model kuat, nilai *R - Square* 0,50 maka di katakan sebagai model moderat dan nilai *R - Square* 0,25 maka di katakan sebagai model lemah (I. Ghozali & Latan, 2015).

##### **Q - Square**

*Q - Square* di gunakan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi yang di hasilkan dari model atau variabel penelitian. Nilai *Q - Square* > 0 menunjukkan bahwa variabel memiliki *predictive relevance*, sedangkan dengan nilai *Q - Square*

< 0 menunjukkan bahwa variabel kurang memiliki *predictive relevance*. Nilai *Q - Square* 0,02 maka di katakan sebagai model lemah, nilai *Q - Square* 0,15 maka dikatakan sebagai model moderat dan nilai *Q - Square* 0,35 maka di katakan sebagai model kuat (Ghozali & Latan, 2015).

### Uji Hipotesis

Uji hipotesis di gunakan untuk menguji bagaimana hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Untuk mengetahui di terima atau ditolaknya suatu hipotesis penelitian dilihat dari tingkat signifikannya yaitu ( $\alpha = 0,05$ ) pada pengujian ini memiliki tingkat kepercayaan sebesar 95% dan standar erornya sebesar 5% dapat di gunakan perbandingan antara nilai *t - table* dan *t - statistic* (Sujarweni, 2018b)

Kriteria pengujianya adalah sebagai berikut :

Jika *t - statistic* > *t - table*, maka signifikan atau dapat diterima.

Jika *t - statistic* < *t - table*, maka tidak signifikan atau ditolak.

## BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1 Deskripsi Data

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari responden yaitu pemilik kuliner yang memenuhi kriteria dan berada di wilayah Bekasi Utara. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden di mana kuesioner yang terisi sebanyak 240. Data kuesioner yang dapat di olah dan memenuhi persyaratan ada sebanyak 231 dalam penelitian ini.

Statistik deskripsi berikut ini merupakan sebagai dasar untuk menguraikan hasil jawaban responden dari setiap variabel. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Kinerja UMKM kuliner (Y), dan variabel independen yaitu Market Orientation (X1), orientasi kewirausahaan (X2), Knowledge Management (X3), Organisasi Pembelajaran (X4) dengan variabel antara (mediasi) adalah Inovasi (Z).

#### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini merupakan owner umkm kuliner berjenis kelamin laki – laki maupun perempuan. Berikut karakteristik tersebut :



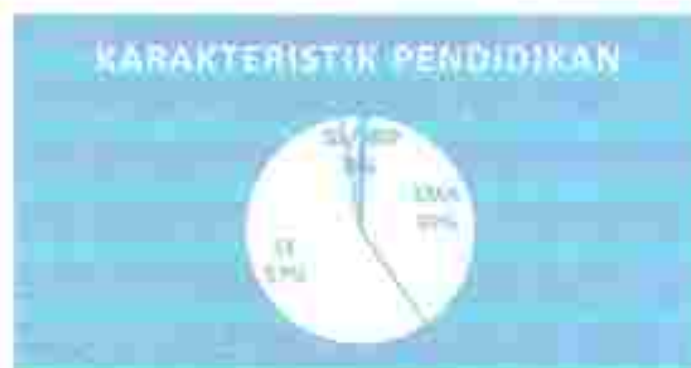
Berdasarkan hasil observasi dilapangan terdapat sebanyak 153 orang berjenis kelamin perempuan atau sebanyak 66% dan sebanyak 78 orang berjenis kelamin laki – laki dengan jumlah 34%.

#### b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Berdasarkan usia terdapat 65 orang dengan usia 19 – 35 tahun dengan presentase 28%. Usia 36-50 tahun berjumlah 143 orang dengan presentase 62% dan berusia diatas 50 tahun berjumlah 23 orang dengan presentase 10%.

c. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan



Berdasarkan Pendidikan ada sejumlah 2 orang berpendidikan SD dan SMP dengan jumlah presentase sebesar 0,87%. Berpendidikan SMA dengan presentase 39% berjumlah 91 orang. Pendidikan S1 dengan total 132 orang dengan presentase sebesar 57% dan S2/S3 sebanyak 6 orang dengan total presentase sebesar 2,6%

**5.2 HASIL**

**Model Struktural (*Inner Model*)**

**R - Square**

*R - Square* di gunakan untuk mengetahui besarnya suatu pengaruh variabel laten independen yang dapat menjelaskan variabel laten dependen. Nilai *R - square* yaitu 0,75 (kuat), 0,50 (moderat), 0,25 (lemah).

*Hasil R - Square*

Variabel	<i>R - square</i>
Inovasi	0.652
Kinerja UMKM Kuliner	0.592

Sumber : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai *R - square* untuk variabel inovasi sebesar 0.652 dan untuk variabel kinerja umkm kuliner sebesar 0.592. Hal ini berarti 65,2 % variabel inovasi di pengaruhi oleh variabel market orientation, orientasi kewirausahaan, knowledge management dan organisasi pembelajar. Selanjutnya untuk variabel kinerja umkm kuliner sebesar 59,2% hal ini berarti variabel kinerja umkm kuliner dapat dijelaskan oleh variabel market orientation, orientasi kewirausahaan, knowledge management, organisasi pembelajar dan inovasi.

**Q - Square**

Uji ini di gunakan untuk mengukur seberapa baik nilai suatu observasi yang di hasilkan oleh suatu model apakah memiliki *predictive relevance* atau tidak. Nilai *Q - Square* yaitu 0,02 ( lemah ), 0,15 (moderat), 0,35 ( Kuat ) (P. D. H. I. Ghozali & Latan, 2015). Nilai *Q - square* dapat dihitung dengan rumus :  $Q^2 = 1 - (1 - R1^2)(1 - R2^2)$  .....

sehingga,

$$Q^2 = 1 - (1 - 0.652)(1 - 0.592)$$

$$Q^2 = 0.8580$$

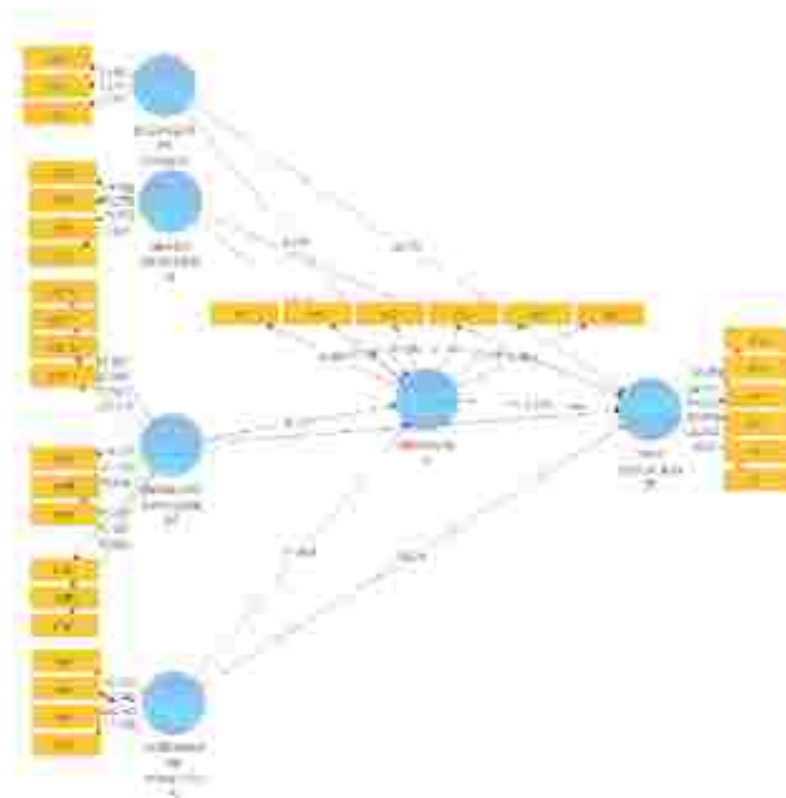
Berdasarkan perhitungan di atas dapat di ketahui bahwa *Q - square* dalam penelitian ini sebesar 0.8580, variabel independen memiliki hubungan yang kuat (0.8580 > 0,35) terhadap variabel

dependen. Selain itu nilai *Q - Square* memiliki nilai yang lebih besar dari pada 0 ( $0,8580 > 0$ ) maka model dalam penelitian ini memiliki *predictive relevance* yang kuat.

### Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat digambarkan model penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar Bootstrapping Pengaruh Market Orientation, orientasi Kewirausahaan, Knowledge Management, Organisasi Pembelajaran terhadap Kinerja UMKM Kuliner yang dimediasi oleh Inovasi**



### Pengaruh Langsung

	Orang Asli	Smart PLS	Smart PLS	T Statistik	P Value
Inovasi → Kinerja UMKM kuliner	0,858	0,858	0,858	17,794	0,000
Knowledge Management → Inovasi	0,208	0,208	0,208	4,738	0,000
Knowledge Management → Kinerja UMKM kuliner	0,306	0,317	0,308	3,772	0,000
Market Orientation → Inovasi	0,316	0,316	0,316	5,991	0,000
Market Orientation → Kinerja UMKM kuliner	0,309	0,309	0,329	6,330	0,000
Organisasi pembelajaran → Inovasi	0,084	0,084	0,084	2,748	0,004
Organisasi pembelajaran → Kinerja UMKM kuliner	0,272	0,272	0,272	3,291	0,000
Orientasi Kewirausahaan → Inovasi	0,271	0,271	0,271	12,407	0,000
Orientasi Kewirausahaan → Kinerja UMKM kuliner	0,178	0,178	0,178	10,007	0,000

Sumber : Olah data SmartPLS 2022

Berdasarkan hasil inner model diatas dapat disimpulkan bahwa market orientation berpengaruh terhadap inovasi dengan nilai P-value  $0,000 < 0,05$  H1 diterima. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap inovasi dengan nilai p-value  $0,000 < 0,05$  H2 diterima. Knowledge management berpengaruh terhadap inovasi dengan nilai p-value  $0,000 < 0,05$  H3 diterima dan organisasi pembelajaran tidak berpengaruh terhadap inovasi dimana  $0,804 > 0,05$  H4 ditolak.

Berdasarkan hasil inner diatas dapat disimpulkan pengaruh langsung bahwa market orientation berpengaruh terhadap kinerja UMKM dengan nilai p-value  $0,000 < 0,05$  H5 diterima, orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja dengan nilai p-value sebesar  $0,000 < 0,05$  H6 diterima, Inovasi berpengaruh terhadap kinerja dengan nilai p-value  $0,006 < 0,05$  H7 diterima, knowledge management berpengaruh terhadap kinerja dengan nilai p-value sebesar  $0,000 < 0,05$  H8 diterima dan organisasi pembelajar berpengaruh terhadap kinerja dengan nilai p-value sebesar  $0,798 > 0,05$  H9 ditolak

### Pengaruh Tidak Langsung

	Original Sample (B)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistic	P-Value
Inovasi → Kinerja UMKM Kuliner		0,000	0,000		
Entrepreneur Management → Inovasi		0,000	0,000		
Entrepreneur Management → Kinerja UMKM Kuliner	0,120	0,105	0,000	2,161	0,032
Market Orientation → Inovasi		0,000	0,000		
Market Orientation → Kinerja UMKM Kuliner	0,144	0,144	0,000	2,420	0,014
Organisasi Pembelajar → Inovasi		0,000	0,000		
Organisasi Pembelajar → Kinerja UMKM Kuliner	0,000	-0,000	0,000	-0,000	0,999
Knowledge Management → Inovasi		0,000	0,000		
Knowledge Management → Kinerja UMKM Kuliner	0,112	0,111	0,000	2,020	0,043

Sumber : Data di Olah SmartPLS 2022

Berdasarkan hasil inner diatas juga dapat disimpulkan pengaruh tidak langsung bahwa market orientation berpengaruh terhadap kinerja yang dimediasi oleh inovasi dengan nilai p-value  $0,016 < 0,05$  H10 diterima, orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja dimediasi oleh inovasi dengan nilai p-value  $0,009 < 0,05$  H11 diterima dan Knowledge management berpengaruh terhadap kinerja dimediasi oleh inovasi dimana nilai p-value  $0,010 < 0,05$  H12 diterima. Namun hasil yang berbeda pada organisasi pembelajar tidak berpengaruh terhadap kinerja dimediasi oleh inovasi dengan nilai p-value  $0,813 > 0,05$  H13 ditolak

### 5.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil uji inner model diatas H1 diterima, dimana market orientation berpengaruh terhadap innovation. Penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Jimenez-Jimenez et al., 2008) karena dengan market orientation UMKM kuliner akan mampu mengidentifikasi kebutuhan dari pasar. Dengan mengetahui kebutuhan dari pasar UMKM akan mudah untuk melakukan inovasi baik dari produk dan layanan serta strategi pemasaran.

Hasil temuan yang sama juga pada H2 dimana entrepreneur orientation berpengaruh terhadap innovation. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Manahera et al., 2018) sikap entrepreneurial orientation yang dimiliki oleh seorang wirausahawan akan membantu wirausaha untuk mencari cara untuk terus mengembangkan bisnisnya. Perkembangan bisnis tersebut tentunya akan mengarah pada penggunaan sumberdaya, proses bisnis yang kemudian akan memunculkan innovation sebagai kekuatan untuk bersaing. Seorang wirausaha kuliner tentunya harus memiliki kemampuan entrepreneurial orientation sehingga akan meningkatkan innovation didalam usahanya, berupa innovation produk dan layanan.

Knowledge management berpengaruh terhadap Innovation sehingga H3 diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Iqbal et al., 2019) dimana dengan knowledge management yang baik di dalam perusahaan akan meningkatkan innovation. Pengetahuan merupakan



sumberdaya yang sulit untuk ditiru sehingga kemampuan dalam mengelola pengetahuan akan berdampak positif bagi innovation usaha. Organization learning tidak berpengaruh terhadap innovation sehingga H4 ditolak. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pratiwi & Fanani, 2019) dimana seharusnya usaha yang memiliki pembelajaran organisasi yang baik senantiasa akan memberikan masukan penting bagi usaha. Namun dengan dinamika perubahan lingkungan bisnis yang cepat dan abnormal sehingga perusahaan tidak mampu untuk meningkatkan innovation dari pengalaman sebelumnya.

Market orientation berpengaruh terhadap kinerja umkm kuliner artinya hipotesis H5 diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tesa Asashi, 2017) begitu halnya dengan entrepreneurial orientation, innovation, dan knowledge management berpengaruh terhadap kinerja umkm kuliner sehingga hipotesis H6, H7 dan H8 diterima penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Iqbal et al., 2019; Khalil & Mahmood, 2018; Mohammad, 2019; Rianto, 2021; Shah & Ahmad, 2019). Dimana semakin tinggi entrepreneurial orientation, innovation dan knowledge management maka akan meningkatkan kinerja UMKM kuliner. Namun hal yang berbeda pada hasil organization learning yang tidak berpengaruh pada kinerja, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Mohammad, 2019; Rianto et al., 2021) hal ini terjadi karena perubahan pada lingkungan bisnis yang cepat dan tidak terduga membuat pengalaman usaha tidak dapat mempengaruhi kinerja usaha.

Temuan pada peranan mediasi innovation dalam peningkatan kinerja memberikan pengaruh yang positif yang menghubungkan antara market orientation terhadap kinerja umkm kuliner di Kota Bekasi Utara. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Devvara satya komang, 2019; Tesa Asashi, 2017). Temuan yang sama pada peranan mediasi innovation yang menghubungkan antara entrepreneurial orientation terhadap kinerja penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Arief & Rosiawan, 2009) Artinya dengan adanya innovation dalam usaha kuliner akan mempengaruhi hubungan market orientation dan entrepreneurial orientation terhadap kinerja usaha kuliner. Melalui innovation yang dibentuk oleh pelaku usaha yang berasal dari kemampuan entrepreneurial orientation yang dimiliki dan market orientation yang dibangun usaha kuliner mampu menemukan hal baru dari produk ataupun layanan sehingga memberikan dampak bagi peningkatan kinerja UMKM kuliner.

Hasil yang sama juga pada peranan innovation dalam hubungan knowledge management terhadap kinerja, dimana knowledge management melalui innovation dapat meningkatkan kinerja. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Iqbal et al., 2019; Rehman et al., 2019). Temuan ini semakin memperjelas peranan penting innovation dalam menghubungkan knowledge management terhadap kinerja. Dengan adanya cara baru dan innovation baru dalam menerima, mengelola dan menyebarkan pengetahuan maka akan meningkatkan kinerja umkm kuliner. Namun hal berbeda terjadi pada peranan innovation dalam hubungan organizational learning terhadap kinerja UMKM dimana innovation tidak berpengaruh dalam memediasi hubungan organization learning terhadap kinerja umkm kuliner. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Pratiwi & Fanani, 2019). Hal ini dapat terjadi karena perubahan lingkungan bisnis dan kompetisi yang ketat serta perubahan lingkungan yang tidak bisa seperti digitalisasi yang massive dan covid 19 menjadikan usaha kuliner tidak bisa beradaptasi dengan cepat atas keadaan yang extra ordinary dan belum pernah ada sebelumnya.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan simpulan umum dari penelitian ini adalah Market Orientation, Entrepreneur Orientation, knowledge management berpengaruh terhadap inovasi. Hal yang sama juga ditemukan pada hubungan antara market orientation, Entrepreneur Orientation, knowledge management, dan inovasi terhadap kinerja UMKM kuliner di Bekasi Utara, namun hasil yang berbeda tidak adanya pengaruh antara organizational learning terhadap inovasi, organizational learning terhadap kinerja dan peranan mediasi inovasi yang menghubungkan antara organizational learning dan kinerja. Penelitian ini juga menemukan bahwa semua variable market orientation, entrepreneur orientation dan knowledge management di mediasi oleh inovasi terhadap kinerja UMKM Kuliner di Bekasi Utara.

#### **6.2 Saran**

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti berharap penelitian penelitian dikemudian hari dapat memperkuat dan mempertimbangkan hasil penelitian ini. Peneliti berharap pada penelitian berikutnya dapat menambahkan factor factor eksternal seperti competitive intensity sebagai factor yang mempengaruhi kinerja dari eksternal UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-qarioti, M. Q. A. (2015). *EURASIAN JOURNAL OF BUSINESS AND*, 3(4), 36–54. <https://doi.org/10.15604/ejbm.2015.03.04.004>
- Allocca, M. A., & Kessler, E. H. (2006). Innovation Speed in Small and Medium-Sized Enterprises. *Creativity and Innovation Management*, 15(3), 279–295. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2006.00389.x>
- Arief, M., & Rouawan, R. W. (2009). Kinerja Pemasaran Berdasarkan Orientasi Pasar Melalui Inovasi Produk: Pengujian Empiris Pada UMKM di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 5(2), 117–128. <http://ejournal.ukanjuruhan.ac.id>
- Chang, S. E., Lin, C. S., Chang, S. F., & Lin, C. (2007). *Exploring organizational culture for information security management*. <https://doi.org/10.1108/02635570710734316>
- Cooper, A. L., Hancroff, J. R., Overstoefer, R. E., & Hazen, B. T. (2016). Knowledge management for logistics service providers: The role of learning culture. *Industrial Management and Data Systems*, 116(3), 584–602. <https://doi.org/10.1108/IMDS-06-2015-0262>
- Darruch, J., & Darruch, J. (2015). *Knowledge management, innovation and firm performance, June 2005*. <https://doi.org/10.1108/13673270510602809>
- Deviana satya komang, S. E. (2019). *PELUANG INOVASI PRODUK DALAM MEMBEDAKAN PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PEMASARAN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Iainyana, Aceh, Indonesia ABSTRAK PENYIAHULUAN* *Pada u.* 8(10), 6367–6387.
- Farooq, R. (2019). Developing a conceptual framework of knowledge management. *International Journal of Innovation Science*, 11(1), 139–160. <https://doi.org/10.1108/IJIS-07-2018-0068>
- Ghozali, P. D. H. I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0* (2nd ed.) Badan Penerbit-Eindip
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pemudahan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 11(2), 157–172. <https://stisniamamuja.ejournal.id/GJIEP/article/view/39>
- Handayani, M., & Rianto, M. R. (2021). Pengaruh Financial Knowledge, Pendapatan dan Social influence terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital pada Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1858–1865.
- Insaeni, F., Barus, B., & Lebih, D. P. (2021). Zona Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pengolah Makanan di Kota Bekasi. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 5(1), 61–76. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2021.5.1.61-76>
- Iqbal, A., Lanif, F., Marimus, F., Sahibzada, U. F., & Hussain, S. (2019). From knowledge management to organizational performance: Modelling the mediating role of innovation and intellectual capital in higher education. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(1), 26–59. <https://doi.org/10.1108/JEIM-04-2018-0083>
- Jiménez-Jiménez, D., Sanz, R. Y., & Hernández-Espallardo, M. (2008). Fostering innovation: The role of market orientation and organizational learning. *European Journal of Innovation Management*, 11(3), 389–412. <https://doi.org/10.1108/14601060810889020>
- Joseph F. Hair Jr, William C. Black, & Anderson, B. J. B. R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis Seventh Edition*
- Khabil, S. R., & Mehmood, K. K. (2018). Knowledge Management, Emotional Capability, Teamwork, and Innovativeness: Mediating Role of Organizational Learning. *Review of Economics and Development Studies*, 4(2), 227–235. <https://doi.org/10.26710/redev.v4i2.407>
- Knight, F. H. (1921). *Risk, uncertainty and profit* (Vol. 31). Houghton Mifflin.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). The Entrepreneurial Clarifying It Construct and Linking Orientation. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172.
- Manabera, M. M., Moniharapon, S., & Tawas, H. N. (2018). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi

- Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk Dan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus UMKM Nasi Kuning Di Manado). *Jurnal EkBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3603–3612.
- Masadeh, R. J. A.-H. A. T. B. Y. O. (2018). *The associations among market orientation, technology orientation, entrepreneurial orientation and organizational performance*. <https://doi.org/10.1108/BIJ-02-2017-0024>.
- Mohammad, H. I. (2019). Mediating effect of organizational learning and moderating role of environmental dynamism on the relationship between strategic change and firm performance. *Journal of Strategy and Management*, 12(2), 275–297. <https://doi.org/10.1108/ISMA-07-2018-0064>
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20. <https://doi.org/10.2307/1251757>.
- Octavia, I. (n.d). *TERHADAP UNIVERSITY PERFORMANCE DENGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*. 489–500.
- Priatiwi, D. A., & Farani, Z. (2019). the Mediating Role of Innovation: Organizational Learning. *Jurnal Review Akuntansi Dan Keuangan*, 9(2), 177. <https://doi.org/10.22219/grak.v9i2.8713>.
- Raj, R., & Srivastava, K. D. L. (2013). *The Mediating Role of Organizational Learning on the Relationship among Organizational Culture, HRM Practices and Innovativeness*. <https://doi.org/10.1177/0258042X13509738>.
- Rehman, S. U., Bhatti, A., & Chaudhry, N. I. (2019). *Mediating effect of innovative culture and organizational learning between leadership styles at third-order and organizational performance in Malaysian SMEs*. 1–24.
- Rianto, M. R. (2021). Pengaruh Perubahan Strategi Pemasaran, Kepemimpinan Transformasional dan Organisasi Pembelajar terhadap Kinerja Perbankan Syariah di DKI Jakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1084–1090. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2590>
- Rianto, M. R., Jusuf, F., & Arafah, W. (2021). *Mediating Effect of Organization Learning on the Relationship Between Strategic Change, Knowledge Management and Transformational Leadership: Case of Indonesia Islamic Banks*. 10(3), 26–49.
- Ryladi, N., & Yasa, N. (2016). Kemampuan Inovasi Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Produk UMKM Sektor Industri Makanan Di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(3), 1915–1941.
- Sabri, H. (2005). Knowledge management in its context: Adapting structure to a knowledge creating culture. *International Journal of Commerce and Management*, 15(2), 113–128. <https://doi.org/10.1108/10569210580000191>
- Shah, S. Z. A., & Ahmad, M. (2019). Entrepreneurial orientation and performance of small and medium-sized enterprises: Mediating effects of differentiation strategy. *Competitiveness Review*, 29(5), 551–572. <https://doi.org/10.1108/CR-06-2018-0038>
- Siagian, G. S., & Ikutinaari, Z. F. (2019). Pengaruh Manajemen Pengetahuan Terhadap Inovasi: Kasus Industri IT di Indonesia. *Operations Excellence: Journal of Applied Industrial Engineering*, 11(1), 71. <https://doi.org/10.22441/oe.v10.3.2018.017>
- Siren, C., Hakala, H., Wincent, J., & Grichnik, D. (2017). Breaking the routine: Entrepreneurial orientation, strategic learning, firm size, and age. *Long Range Planning*, 50(2), 145–167. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2016.09.005>.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2018a). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. W. (2018b). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Teece, David J., et al. (1997). *DYNAMIC CAPABILITIES AND STRATEGIC MANAGEMENT*. 18(March), 509–533.
- Tesa Asahi, I. P. G. S. (2017). *Jurnal PERAN INOVASI PRODUK DALAM MEMEDIASI PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PEMASARAN*, 6(4), 1816–1845.

# **LAMPIRAN 1**

## PETA LOKASI WILAYAH PENELITIAN

HARAPAN BARU – HARAPAN JAYA – TELUK PUCUNG – PERWIRA –  
KALIABANG TENGAH – MARGA MULYA



Sumber : Petakotabekasi.com

Wilayah yang menjadi area penelitian adalah wilayah dengan warna hijau.

Estimasi jarak wilayah dan luas cakupan penelitian dengan

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya



Sumber : GoogleMap

# **LAMPIRAN 2**

## BIODATA PELAKSANA PENELITIAN

**Ketua Penelitian :**

### A. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap	M. Fadhl Nursal, SE., M.M
2.	Jenis Kelamin	Laki-laki
3.	Jabatan Fungsional	Ka. Biro BAA
4.	NIP/NIK/No. Identitas lainnya	1602212
5.	Tempat dan Tanggal lahir	Padang, 25 Mei 1979
6.	NIDN	0325057908
7.	Nomor HP	0812-852-6164
8.	Alamat Kampus	Jl. Raya Perjuangan, Marga Mulya Bekasi Utara
9.	Nomor Telepon Kampus	021-88955882
10.	Alamat e-mail	<a href="mailto:fadhlmursal@gmail.com">fadhlmursal@gmail.com</a>
11.	Lulusan yang telah Dihadirkan	-

### B. Riwayat Pendidikan

1.	Program	S-1	S-2	S-3
2.	Nama PT	STIE 'KBP'	Universitas Gadjah Mada	
3.	Bidang Ilmu	Ekonomi Manajemen	Manajemen Pemasaran	
4.	Tahun Masuk	1997	2002	
5.	Tahun Lulus	2001	2004	

**Anggota Abdimas :**

### A. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap	Eri Bukhari, S.E, M.T
2.	Jenis Kelamin	Laki-laki
3.	Jabatan Fungsional	Lektor
4.	NIP/NIK/No. Identitas lainnya	031503026
5.	Tempat dan Tanggal lahir	Jakarta, 9 September 1970
6.	NIDN	0309097005
7.	Nomor HP	0816-135-4409
8.	Alamat Kampus	Jl. Raya Perjuangan, Marga Mulya Bekasi Utara
9.	Nomor Telepon Kampus	021-88955882
10.	Alamat e-mail	<a href="mailto:eri_bukhari@yahoo.com">eri_bukhari@yahoo.com</a>
11.	Lulusan yang telah Dihadirkan	-



## B. Riwayat Pendidikan

1.	Program	S-1	S-2	S-3
2.	Nama PT	Universitas Trisakti Jakarta	Institut Teknologi Bandung	
3.	Bidang Ilmu	Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan	Studi Pembangunan	
4.	Tahun Masuk	1989	1998	
5.	Tahun Lulus	1994	2001	

## Anggota Abdimas :

### A. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap	Dr. Muhammad Richo Rianto., SE.,MM
2.	Jenis Kelamin	Laki-laki
3.	Jabatan Fungsional	Lektor
4.	NIP/NIK/No. Identitas lainnya	031611057
5.	Tempat dan Tanggal lahir	Pangkalpinang, 14 November 1986
6.	NIDN	0314118601
7.	Nomor HP	08- 2123-7074-91
8.	Alamat Kampus	Jl. Raya Perjuangan, Marga Mulya Bekasi Utara
9.	Nomor Telepon Kampus	021-88955882
10.	Alamat e-mail	<a href="mailto:richorianto@gmail.com">richorianto@gmail.com</a>
11.	Lulusan yang telah Dhasilkan	-

### B. Riwayat Pendidikan

1.	Program	S-1	S-2	S-3
2.	Nama PT	Trisakti School of Management	Universitas Trisakti	Universitas Trisakti
3.	Bidang Ilmu	Manajemen	Manajemen	Manajemen
4.	Tahun Masuk	2005	2010	2018
5.	Tahun Lulus	2009	2013	2021

# **LAMPIRAN 3**



**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Kampus I : Jl. Harsono RM No. 67 Ragunan Pasar Minggu, Jakarta Selatan  
Kampus II : Jl. Raya Perjuangan, Bekasi Utara Telp : 021. 88955882  
Website: [www.ubharyajaya.ac.id](http://www.ubharyajaya.ac.id)

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: SKET/522/X/2022/FEB-UBJ

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Dr. Wastam Wahyu Hidayat, S.E., M.M.  
NIP : 1802324  
Jabatan : Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menerangkan bahwa nama :

1. Nama : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.  
NIDN : 0325057908  
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Manajemen
2. Nama : Eri Bukhari, S.E., M.T.  
NIDN : 0309097005  
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Manajemen
3. Nama : Dr. Muhammad Richo Rianto, S.E., M.M.  
NIDN : 0314118601  
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Manajemen

Adalah benar telah melakukan Penelitian dengan Judul "*Peranan Inovasi Dalam Memediasi Peningkatan Kinerja UMKM Kuliner di Kota Bekasi*" yang dilaksanakan pada tanggal 18 April s.d. 26 Desember 2022.

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 18 Oktober 2022

A.n. DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
WADEK II



Dr. Wastam Wahyu Hidayat, S.E., M.M.  
NIP : 1802324

Tembusan:  
- Arsip

**LEMBAGA PENELITIAN, PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
DAN PUBLIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
Jl. Harsono Rm Dalam No.46, RT.7/RW.4, Kota Jakarta Selatan  
Kampus II: Jl. Raya Perjuangan, Marga Mulya, Bekasi Utara**

**SURAT PERJANJIAN KONTRAK PENELITIAN  
Nomor: PK/ 54 / IV /LPPMP-URJ/PENELITIAN/2022**

Pada hari **Senin, 18 April 2022** ini kami yang bertanda tangan di bawah ini:

1. **Prof. Dr. sc. agr. Ir. Didik Sulistyanto** selaku Kepala Lembaga Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan Publikasi dan atas nama Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, selanjutnya disebut **PIHAK PERTAMA**;
2. **M. Fadhli Nursal, SE, MM** selaku peneliti, selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**; menyatakan bersepakat untuk membuat perjanjian kontrak penelitian sebagai berikut.

**Pasal 1**

**Judul Penelitian**

PIHAK PERTAMA dalam jabatannya tersebut di atas, memberikan tugas kepada PIHAK KEDUA untuk melaksanakan penelitian yang berjudul: **"PERANAN INOVASI DALAM MEMEDIASI PENINGKATAN KINERJA UMKM KULINER DI KOTA BEKASI"**

**Pasal 2**

**Waktu dan Biaya Penelitian**

- (1) Waktu penelitian adalah dapat berlangsung terhitung tanggal **Senin, 18 April 2022** sampai dengan **26 Desember 2022**
- (2) Biaya pelaksanaan penelitian ini dibebankan pada pos Anggaran Pendapatan dan Belanja (APB) Lembaga Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan Publikasi dengan nilai kontrak sebesar **Rp 14.500.000,- (Empat Belas Juta Lima Ratus Ribu Rupiah)**

**Pasal 3**

**Personalia Penelitian**

Susunan personalia penelitian ini sebagai berikut.

- 1) Peneliti Utama : **M. Fadhli Nursal, SE, MM**
- 2) Anggota Peneliti : **Eri Bukhari, SE, MT**  
**Dr. Muhammad Richo Riutto, SE., MM**

**Pasal 4**  
**Cara Pembayaran**

Pembayaran biaya penelitian diberikan sesuai dengan aturan dan tata cara yang telah ditetapkan dalam Pedoman Penelitian Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, sebagai berikut.

- (1) Tahap I (Satu) sebesar 50% setelah dosen yang bersangkutan menyerahkan usulan yang disetujui dan Penandatanganan Kontrak oleh Ketua Lembaga Penelitian untuk kegiatan penelitian. Nilai kontrak yang diterimakan paling cepat satu minggu setelah surat perjanjian kontrak penelitian ini ditandatangani oleh kedua pihak melalui Biro Keuangan Ukhara Jaya.
- (2) Tahap II (Dua) sebesar 50% diberikan setelah dosen yang bersangkutan menyerahkan laporan akhir kegiatan penelitian yang dibuktikan dengan tanda terima Laporan Kegiatan kepada Kepala Lembaga Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan Publikasi dan telah menyelesaikan Luaran Wajib Penelitian (LOA atau Bukti Publish) ada "Jurnal Internasional" sesuai dengan jabatan fungsional ketua peneliti, dan sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan.

**Pasal 5**  
**Keaslian Penelitian dan Ketidakterikatan dengan Pihak Lain**

- (1) PIHAK KEDUA bertanggung jawab atas keaslian judul penelitian sebagaimana disebutkan dalam pasal 1 Surat Perjanjian Kontrak Penelitian ini (bukan duplikat/jiplakan/plagiat) dari penelitian orang lain.
- (2) PIHAK KEDUA menjamin bahwa judul penelitian tersebut bebas dari ikatan dengan pihak lain atau tidak sedang didanai oleh pihak lain.
- (3) PIHAK KEDUA menjamin bahwa judul penelitian tersebut bukan merupakan penelitian yang SEDANG ATAU SUDAH selesai dikerjakan, baik didanai oleh pihak lain maupun oleh sendiri.
- (4) PIHAK PERTAMA tidak bertanggungjawab terhadap tindakan plagiat yang dilakukan oleh PIHAK KEDUA.
- (5) Apabila di kemudian hari diketahui ketidakbenaran pernyataan ini, maka kontrak penelitian DINYATAKAN BATAL, dan PIHAK KEDUA wajib mengembalikan dana yang telah diterima kepada Universitas.

**Pasal 6**  
**Monitoring Penelitian**

- (1) PIHAK PERTAMA berhak untuk:
  - a) Melakukan pengawasan administrasi, monitoring, dan evaluasi terhadap pelaksanaan penelitian.
  - b) Memberikan sanksi jika dalam pelaksanaan penelitian terjadi pelanggaran terhadap isi perjanjian oleh peneliti.
  - c) Bentuk sanksi disesuaikan dengan tingkat pelanggaran yang dilakukan.
- (2) Pemantauan kemajuan penelitian dikoordinasikan oleh PIHAK PERTAMA.
- (3) Pelaksanaan monitoring kemajuan penelitian dijadwalkan pada **17 Oktober 2022**.
- (4) Format Laporan Kemajuan dan teknis pelaksanaannya diatur oleh PIHAK PERTAMA.

**Pasal 7**  
**Laporan Akhir Penelitian**

- (1) PIHAK KEDUA wajib menyerahkan laporan hasil penelitian yang telah lengkap kepada PIHAK PERTAMA paling lambat **26 Desember 2022** sebanyak 2 (dua) eksemplar.
- (2) Berkas-berkas Laporan Akhir meliputi:
  - (a) *Hardcopy* Laporan Akhir penelitian sebanyak 1 (satu) eksemplar (Sudah dijilid) terdiri dari:
    - (I) Laporan Hasil Penelitian,
    - (II) Naskah Publikasi,
    - (III) Bukti Lunas Publikasi, Paten, Hak Cipta dan produk KI lainnya
    - (IV) Sinopsis Penelitian Lanjutan (jika ada kelanjutan)
    - (V) Bukti Pengetahuan asli
  - (b) Laporan Akhir penelitian dibuatkan dalam bentuk file digital format pdf dengan rincian: 1 eksemplar untuk **Biro Keuangan**
- (3) Format laporan hasil penelitian sesuai dengan aturan-aturan yang telah ditetapkan dalam Pedoman Penelitian Universitas Bhayangkara Jakarta Raya baik dalam hal warna sampul, tata tulis maupun urutan masing-masing komponen.

**Pasal 8**  
**Research Day**

- (1) PIHAK KEDUA wajib menyerahkan poster ataupun produk hasil penelitian untuk dikusertakan dalam kegiatan *Research Day*
- (2) Format Poster dan produk hasil penelitian serta pelaksanaannya diatur oleh PIHAK PERTAMA
- (3) PIHAK KEDUA wajib menyertakan prototipe, produk fisik riset untuk kegiatan *Research Day*.

## Pasal 9

### Hak Kepemilikan Atas Barang/Peralatan Penelitian

Segala barang atau alat yang dibeli atas biaya penelitian menjadi milik Program Studi peneliti yang bersangkutan. Pengaturan kepemilikannya sebagai berikut.

- (1) Barang atau alat berupa *cartridge*, printer, alat perekam, akses internet, dan sejenisnya pada dasarnya tidak dianggarkan dalam biaya penelitian selama masih dapat menggunakan fasilitas Universitas.
- (2) Kamera, alat perekam, dan semacamnya yang dapat dipakai ulang, buku, jurnal, CD, VCD, DVD, *cassete*, dan sejenisnya yang merupakan *software*, program, alat atau referensi penelitian yang didapatkan (dibeli) dari anggaran penelitian menjadi milik Program Studi.
- (3) *Software* dan/atau *hardware* yang merupakan hasil penelitian harus disertakan dalam Laporan Akhir Penelitian dan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari pekerjaan penelitian.
- (4) Pemindahan hak kepemilikan barang atau alat sebagaimana tersebut dilakukan melalui PIHAK PERTAMA.

## Pasal 10

### Sanksi

Segala kelalaian baik disengaja maupun tidak, sehingga menyebabkan keterlambatan menyerahkan laporan hasil penelitian dengan batas waktu dalam pasal 7 yang telah ditentukan akan mendapatkan sanksi sebagai berikut.

- (1) Jika setelah masa perpanjangan tersebut PIHAK KEDUA tidak dapat menyelesaikan penelitiannya, PIHAK KEDUA diwajibkan mengembalikan dana yang sudah diterima kepada Biro Perencanaan dan Keuangan melalui Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dengan cara:
  - (a) Mengembalikan tunai kepada PIHAK PERTAMA, atau
  - (b) Dipotong pembayaran gajinya selama maksimal 10 angsuran.
  - (c) Akun pada aplikasi I.PPMP akan diblokir.

**Pasal 11**  
**Penutup**

Perjanjian ini berlaku sejak ditandatangani dan disetujui oleh PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA.

PIHAK PERTAMA

Kepala Lembaga Penelitian  
Pengabdian Kepada Masyarakat dan  
Publikasi



**Prof. Dr. sc. agr. Ir. Didik Sulistyanto**

PIHAK KEDUA,

Ketua Peneliti



**M. Fadhil Nurwal, SE, MM**



**Pasal 11**

**Penutup**

Perjanjian ini berlaku sejak ditandatangani dan disetujui oleh PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA.

**PIHAK PERTAMA**

Kepala Lembaga Penelitian  
Pengabdian Kepada Masyarakat dan  
Publikasi



**Prof. Dr. sc. agr. Ir. Didik Sulistyanto**

**PIHAK KEDUA**

Ketua Peneliti



**M. Fadhli Nursal, SE, MM**

Mengetahui,  
Kepala Biro Keuangan




**Pratiwi Nila Sari, S.E., M.Ak., Ak., CPA**

# **LAMPIRAN 4**



# **LAMPIRAN 5**

Nama Ketua Pelaksana : M. Fadhil Nural., SE.,MM  
NIP / NIDN : 1602242/ 0325057908  
Fakultas / Unit Kerja : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Nomor HP & Telepon : 0877-8507-8245  
Judul Penelitian : Peranan Inovasi dalam Memediasi Peningkatan Kinerja  
UMKM Kuliner di Bekasi Utara  
Lokasi Penelitian : Kota Bekasi Utara  
Mitra Penelitian : -  
jangka Waktu Penelitian : Dari April s/d November  
Total Dana Penelitian : Rp 14.500.000  
Dana Penelitian :  
- Tahap 1 : Rp 7.250.000  
- Tahap II : Rp 7.250.000  
Sumber Dana : Rp

1	30 Mei 2022	
2	Nama Kegiatan / sub Kegiatan	Rapat Persiapan Penelitian
3	Tujuan Kegiatan / sub Kegiatan (sesuai Proposal)	Rapat ini bertujuan untuk mengkoordinasikan bagaimana mekanisme penelitian ini akan dilakukan berdasarkan tahapan tahapan penelitian. Waktu dan tempat serta tugas dari ketua dan masing masing anggota.
4	Hasil yang diperoleh	Ketua mengkoordinasi dengan pejabat daerah terkait untuk mendapat arahan dari pejabat daerah yang berwenang. Anggota tim mempersiapkan peralatan dan saran dan prasarana pendukung penelitian
5	Hambatan	Tidak ada
6	Kesimpulan dan Saran	Ketua koordinasi dengan desa setempat dan anggota mempersiapkan sarana
7	Rencana kegiatan selanjutnya	Belanja habis pakai untuk mendukung observasi, koordinasi tim lapangan di desa labuan
8	Nama peneliti	M Fadhli Nursal.,SE.,MM ; Eri Bukhari., ST.,MM ; Dr. Muhammad Richo Rianto., SE.,MM.
9	Tanda tangan	

Catatan

1. Bila kolom tidak cukup ditambahkan pada halaman berikutnya.
2. Bila hasil berupa tabel/gambar dalam kertas tersendiri yang ditempelkan.

1	04 Juni 2022	
2	Nama Kegiatan / sub Kegiatan	Pembelian sarana dan prasarana pendukung penelitian
3	Tujuan Kegiatan / sub Kegiatan (sesuai Proposal)	Membeli barang pendukung observasi dan menyiapkan sarana, prasarana dan fasilitas serta menyiapkan souvenir untuk para responden yang akan mengisi kuesioner.
4	Hasil yang diperoleh	Membeli Paket Data internet untuk berkoordinasi ke 3 orang (tim penelitian), persiapan tinta untuk print, kertas A4, pulpen untuk mengisi kuesioner, kwitansi, foto copi instrument penelitian serta dijilid sesuai dengan jumlah yang sudah ditentukan
5	Hambatan	Tidak ada
6	Kesimpulan dan Saran	Semua barang yang sudah disusun dan dianggarkan dapat terpenuhi dengan baik
7	Rencana kegiatan selanjutnya	Observasi ke lapangan untuk mengidentifikasi area / wilayah penelitian dan melakukan penyebaran data. Membentuk TIM Lapangan untuk membantu dalam operasional terutama penyebaran kuesioner untuk mendapatkan data penelitian.
8	Nama peneliti	M Fadhli Nursal., SE., MM ; Eri Bukhari., ST., MM ; Dr. Muhammad Richo Rianto., SE., MM
9	Tanda tangan	

Catatan

1. Bila kolom tidak cukup ditambahkan pada halaman berikutnya.
2. Bila hasil berupa tabel/gambar dalam kertas tersendiri yang ditempelkan.

1	16 Juli 2022	
2	Nama Kegiatan / sub Kegiatan	Obersevasi Lapangan dan Penyebaran Kuesioner ( Harapan Baru - Harapan Jaya – Kaliabang )
3	Tujuan Kegiatan / sub Kegiatan (sesuai Proposal)	Tujuan kegiatan ini adalah untuk memperoleh presepsi dari responden tentang konsep dari model penelitian yang sudah dibangun berdasarkan identifikasi masalah penelitian baik secara teoritis dan praktis yang ada dilapangan.
4	Hasil yang diperoleh	Hasil kinerja tanggal 16 Juli 2022 kami dibantu oleh tim lapangan berjumlah 3 orang, Data yang diperoleh sudah sesuai dengan target penelitian. Tanggal 16 Juli 2022 terkumpul responden sebanyak 112 responden baik manual maupun google form.
5	Hambatan	Cuaca kurang bersahabat
6	Kesimpulan dan Saran	Hari 1 penyebaran data baru mendapatkan 112 responden dan hasil yang sesuai dengan target yang diharapkan.  Saran : hari ke 2 harus memenuhi target minimal sampel penelitian sebanyak 128 UMKM
7	Rencana kegiatan selanjutnya	Penyebaran kuesioner di hari ke 2, dibantu oleh 3 tim lapangan. Penelitian hari ke 2 harus dapat memenuhi target penelitian supaya sesuai dengan time line yang sudah ditentukan. Target sampel harus 140 responden untuk mengantisipasi beberapa responden yang tidak sesuai dengan syarat penelitian.
8	Nama peneliti	M Fadhli Nursal.,SE.,MM ; Eri Bukhari., ST.,MM ; Dr. Muhammad Richo Rianto., SE.,MM
9	Tanda tangan	

**Catatan**

1. Bila kolom tidak cukup ditambahkan pada halaman berikutnya.
2. Bila hasil berupa tabel/gambar dalam kertas tersendiri yang ditempelkan.




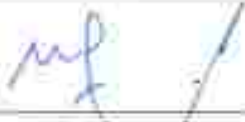
1	17 Juli 2022	
2	Nama Kegiatan / sub Kegiatan	Pelaksanaan Observasi dan Penyebaran Kuesioner hari ke 2
3	Tujuan Kegiatan / sub Kegiatan (sesuai Proposal)	Tujuan kegiatan ini adalah untuk memperoleh persepsi dari responden tentang konsep dari model penelitian yang sudah dibangun berdasarkan identifikasi masalah penelitian baik secara teoritis dan praktis yang ada dilapangan.
4	Hasil yang diperoleh	Hasil kinerja tanggal 17 Juni 2022 kami dibantu oleh tim lapangan berjumlah 3 orang, jumlah responden sudah memenuhi target yang diharapkan dengan total 240 data responden.
5	Hambatan	Cuaca yang kurang bersahabat dan beberapa responden tidak berkenan untuk dapat mengisi kuesioner.
6	Kesimpulan dan Saran	Hari 2 penyebaran data sudah sesuai dengan rencana penelitian yaitu 240 responden
7	Rencana kegiatan selanjutnya	Koordinasi Evaluasi kegiatan dan Pengolahan data
8	Nama peneliti	M Fadhli Nursal., SE.,MM ; Eri Bukhari., ST.,MM ; Dr. Muhammad Richo Rianto., SE.,MM
9	Tanda tangan	


Catatan

1. Bila kolom tidak cukup ditambahkan pada halaman berikutnya.
2. Bila hasil berupa tabel/gambar dalam kertas tersendiri yang ditempelkan

1	21 Juli 2022	
2	Nama Kegiatan / sub Kegiatan	Rapat Hasil Observasi
3	Tujuan Kegiatan / sub Kegiatan (sesuai Proposal)	Tujuan penelitian ini untuk mengkoordinasikan dan mengumpulkan hasil observasi yang sudah dilakukan pada hari 1 & 2
4	Hasil yang diperoleh	Hasil rapat evaluasi kegiatan berjalan lancar dan data mentah didalam kuesioner sudah berbentuk soft file excel.
5	Hambatan	Tidak ada
6	Kesimpulan dan Saran	Rapat evaluasi menghasilkan bahwa kegiatan penyebaran data berjalan dengan baik dan tanpa kendala serta rencana yang dibuat sudah sesuai dengan realisasi yang dijalankan.
7	Rencana kegiatan selanjutnya	Pengolahan data statistik uji instrument keseluruhan
8	Nama peneliti	M Fadhli Nursal., SE., MM ; Eri Bukhari., ST., MM ; Dr. Muhammad Richo Rianto., SE., MM
9	Tanda tangan	


1	25 Juli 2022	
2	Nama Kegiatan / sub Kegiatan	Rapat evaluasi kegiatan penyebaran data dan pengolahan data
3	Tujuan Kegiatan / sub Kegiatan (sesuai Proposal)	Tujuan kegiatan ini adalah untuk mengevaluasi hasil dari data yang sudah didapat apakah sesuai dengan kriteria dan syarat data yang valid. Kemudian mulai untuk mengolah data tersebut dengan menginput ke dalam excel.
4	Hasil yang diperoleh	Hasil rapat evaluasi kegiatan berjalan lancar dan data mentah didalam kuesioner sudah berbentuk soft file excel. Berdasarkan hasil data ada sebanyak 9 responden yang tidak memenuhi syarat peneliti sehingga harus dieleminasi. Berdasarkan fakta ini sehingga kami menetapkan jumlah responden sebanyak 231 orang.
5	Hambatan	Tidak ada.
6	Kesimpulan dan Saran	Rapat evaluasi menghasilkan bahwa kegiatan penyebaran data berjalan dengan baik dan tanpa kendala. Responden yang dapat digunakan sesuai syarat dalam penelitian ini menjadi 231 responden.
7	Rencana kegiatan selanjutnya	Pengolahan data statistik uji instrument keseluruhan
8	Nama peneliti	M Fadhli Nursal.,SE.,MM ; Eri Bukhari., ST.,MM ; Dr. Muhammad Richo Rianto., SE.,MM
9	Tanda tangan	

1	30 Juli 2022	
2	Nama Kegiatan / sub Kegiatan	Pengolahan Data dengan Smart PLS. 3
3	Tujuan Kegiatan / sub Kegiatan (sesuai Proposal)	Tujuan kegiatan ini adalah untuk mendapatkan hasil dari kuesioner yang sudah disebarikan sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan untuk menjawab hipotesis dan permasalahan yang sudah diidentifikasi
4	Hasil yang diperoleh	Berdasarkan hasil pengolahan instrument data, instrument yang digunakan sudah memenuhi kreteri valid dan reliabel
5	Hambatan	Tidak ada
6	Kesimpulan dan Saran	Pengolahan data berjalan dengan lancar dan tanpa ada hambatan.
7	Rencana kegiatan selanjutnya	Pengolahan data statistik menguji Hipotesis
8	Nama peneliti	M Fadhli Nursal.,SE.,MM ; Eri Bukhari., ST.,MM ; Dr. Muhammad Richo Rianto., SE.,MM
9	Tanda tangan	

1	05 Agustus 2022	
2	Nama Kegiatan / sub Kegiatan	Pengolahan Data dengan Smart PLS. 3 Menguji Hipotesis
3	Tujuan Kegiatan / sub Kegiatan (sesuai Proposal)	Tujuan kegiatan ini adalah untuk mendapatkan hasil dari kuesioner yang sudah disebarikan sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan untuk menjawab hipotesis dan permasalahan yang sudah diidentifikasi
4	Hasil yang diperoleh	Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan Analisa data berjalan dengan baik.
5	Hambatan	Tidak ada
6	Kesimpulan dan Saran	Pengolahan data untuk menjawab hipotesis berjalan dengan baik dan tanpa ada hambatan.
7	Rencana kegiatan selanjutnya	Menyusun manuskrip
8	Nama peneliti	M Fadhli Nursal., SE., MM ; Eri Bukhari., ST., MM ; Dr. Muhammad Richo Rianto., SE., MM
9	Tanda tangan	

1	15 September 2022	
2	Nama Kegiatan / sub Kegiatan	Menyusun Manuscript
3	Tujuan Kegiatan / sub Kegiatan (sesuai Proposal)	Tujuan kegiatan ini adalah untuk berkoordinasi dan menyumbang pikiran untuk membuat manuscript artikel yang kemudian akan diterbitkan dan menjadi luaran dari hasil penelitian ini
4	Hasil yang diperoleh	Draft manuscript sudah selesai
5	Hambatan	Tidak ada
6	Kesimpulan dan Saran	Kegiatan berjalan dengan baik
7	Rencana kegiatan selanjutnya	Translate artikel / paper
8	Nama peneliti	M Fadhli Nursal., SE.,MM ; Eri Bukhari., ST.,MM ; Dr. Muhammad Richo Rianto., SE.,MM
9	Tanda tangan	

1	15 September 2022	
2	Nama Kegiatan / sub Kegiatan	Trasnslate paper
3	Tujuan Kegiatan / sub Kegiatan (sesuai Proposal)	Tujuan kegiatan ini adalah untuk dapat publish di jurnal internasional manuscript yang dibuat harus diterjemahkan kedalam Bahasa sesuai dengan ketentuan publisher dan Menyusun draft sesuai dengan template yang ditentukan oleh publisher
4	Hasil yang diperoleh	Manuscrift sudah siap untuk diterbitkan
5	Hambatan	Tidak ada
6	Kesimpulan dan Saran	Manuscrift sudah siap untuk diterbitkan
7	Rencana kegiatan selanjutnya	Submission dan berkomunikasi dengan editor dan publish
8	Nama peneliti	M Fadhli Nursal.,SE.,MM ; Eri Bukhari., ST.,MM ; Dr. Muhammad Richo Rianto., SE.,MM
9	Tanda tangan	

1	30 September 2022	
2	Nama Kegiatan / sub Kegiatan	Rapat Koordinasi Publish Artikel
3	Tujuan Kegiatan / sub Kegiatan (sesuai Proposal)	Tujuan kegiatan ini adalah untuk dapat memastikan bahwa paper yang sudah di submission untuk dapat di monitor dan di revisi untuk segera mendaoatkan LDA.
4	Hasil yang diperoleh	Manuscript sudah disetujui oleh editor dan kami membayar APC
5	Hambatan	Tidak ada
6	Kesimpulan dan Saran	Manuscript sudah disetujui oleh editor dan kami membayar APC
7	Rencana kegiatan selanjutnya	Menunggu artikel pubfish secara paralel kami Menyusun laporan penelitian.
8	Nama peneliti	M Fadhli Nursal., SE.,MM ; Eri Bukhari., ST.,MM ; Dr. Muhammad Richo Rianto., SE.,MM
9	Tanda tangan	



1	15 Oktober 2022	
2	Nama Kegiatan / sub Kegiatan	Penyusunan Laporan Penelitian (1)
3	Tujuan Kegiatan / sub Kegiatan (sesuai Proposal)	Tujuan kegiatan ini adalah untuk melengkapi kewajiban membuat laporan pelaksanaan penelitian dan pertanggung jawaban penggunaan biaya.
4	Hasil yang diperoleh	Mengumpulkan bukti bukti dan berkas berkas transaksi, baik pembelian, honor lapangan, honor petugas dan lain lain
5	Hambatan	Tidak ada
6	Kesimpulan dan Saran	Penyusunan laporan tahap (1) berjalan baik
7	Rencana kegiatan selanjutnya	Pararel melengkapi dokumen pendukung laporan penelitian
8	Nama peneliti	M Fadhli Nursal.,SE.,MM ; Eri Bukhari., ST.,MM ; Dr. Muhammad Richo Rianto., SE.MM
9	Tanda tangan	

1	30 Oktober 2022	
2	Nama Kegiatan / sub Kegiatan	Penyusunan Laporan Penelitian (2) ( Final )
3	Tujuan Kegiatan / sub Kegiatan (sesuai Proposal)	Tujuan kegiatan ini adalah untuk melengkapi Laporan penelitian BAB I – BAB VI serta melengkapi syarat dan pertanggung jawaban dana penelitian dalam sebuah laporan.
4	Hasil yang diperoleh	BAB 1 dan BAB 6 + lampiran selesai
5	Hambatan	Tidak ada
6	Kesimpulan dan Saran	Laporan telah siap untuk dilaporkan kepada Lembaga terkait
7	Rencana kegiatan selanjutnya	Melaporkan kepada Lembaga terkait.
8	Nama peneliti	M Fadhli Nursal, SE, MM ; Eri Bukhari, ST, MM ; Dr. Muhammad Richo Rianto, SE, MM
9	Tanda tangan	

# **LAMPIRAN 6**

**RINCIAN PENGGUNAAN DANA PENELITIAN  
PEMBANAN INOVASI DALAM MEMEDIASI PENINGKATAN KINERJA LINKM KULINER  
DI BEKASI UTARA**

**1. HONOR 30% x Rp. 14.500.000,-**

Tanggal	Keterangan	Debet	Sub Total
Mai-22	Honor Ketua Peneliti M. Fauzil Nuzul	Rp1.450.000	
Nov-22	Honor Anggota peneliti Muhammad Rizki Rizki	Rp1.450.000	
Nov-22	Honor Anggota Peneliti Sri Kusriani	Rp1.450.000	
	Sub total		Rp4.350.000

**2. BIAYA BAHAN HABIS PAKAI 60% x Rp. 14.500.000,-**

Tanggal	Keterangan	Debet	Sub Total
Jun-22	Polaris 1000 liter @ 120.000 x 2	240.000	
Jun-22	La dora 3 kg @ 180.000	540.000	
Jun-22	Karna A 4 liter @ 275.000	1.100.000	
Jun-22	Pilgan 1 pack @ 120.000	120.000	
Jun-22	Kasirip 100 buah @ 300	30.000	
Jun-22	Gooding 333 pcs @ 2000	666.000	
Jun-22	Kompor 1 liter @ 70.000	69.000	
Jun-22	Pilgan 60.000 x 5	300.000	
Jun-22	Fisk cup 200ml @ 271 cup (4 lembar) @ 200	188.000	
Jun-22	BBH 271 cup @ 22.000	592.000	
Jul-22	Timbale 25 liter @ 28.000	700.000	
	Sub total		Rp6.605.000

**3. BIAYA PENJUALAN 6% x Rp. 14.500.000,-**

Tanggal	Keterangan	Debet	Sub Total
Jul-22	Sewa Motor 2 hari @ 3 orang @Rp. 30.000	300.000	
Jul-22	Konsumsi Tim Lapangan 2 hari @ 3 orang Rp. 20.000	120.000	
Jul-22	Honor Tim Lapangan 2 hari @ 3 orang Rp. 80.000	680.000	
Jul-22	Honor Admin 1 @Rp. 80.000	80.000	
Jul-22	Sewa Motor Admin 1 @Rp. 50.000	50.000	
Jul-22	Konsumsi Admin 1 @Rp. 20.000	20.000	
	Sub total		1.050.000

**4. BIAYA LAPANGAN 20% x Rp. 14.500.000,-**

Tanggal	Keterangan	Debet	Sub total
Jul-22	Konsumsi Rapat 2 hari (Berang @20.000)	120.000	
Jul-22	Konsumsi Snack 2 hari / 3 orang @20.000	120.000	
	Sub total		240.000

**5. BIAYA LAIN-LAIN 2% x Rp. 14.500.000,-**

Tanggal	Keterangan	Debet	Sub total
Sep-22	APC ( artikel Publication fee)	300.000	
	Sub total		300.000

<b>TOTAL PENSELUAKAN</b>			<b>Rp14.545.000</b>
--------------------------	--	--	---------------------



## DITERBITKAN ATAS NAMA

Untuk  
 Nama: **Satia Jaya Mangga Dua**

## UNTUK

Nomor: **Draf Solusi Indonesia**  
 Tanggal: **12 Juli 2022**  
 Nama Pengirim: **muhammad Richo**  
 Rianto (0817233707481)  
 Komplek Jula graha 318 blok 65 No 70  
 Bekasi Utara, Kota Bekasi, 17123 Jawa  
 Barat

INFO PRODUK	JMLAH	HARGA SATUAN	TOTAL HARGA
<b>Tumbler Niagara 500ml SS - Hitam</b>	231	Rp35.000	Rp8.175.000

Isi: 500 gr

**TOTAL HARGA (231 BARANG)** **Rp.5.775.000**

Tarif Ongkos Kirim (500 gr) Rp0.000

Biaya Asuransi Pengiriman Rp400

**TOTAL BELANJA** **Rp.5.784.400**

Biaya Jasa Aplikasi Rp1.000

**TOTAL TAGIHAN** **Rp.5.785.400**

Untuk

**JNE - Reguler**

Asuransi Pengiriman Tokopedia

Untuk Pembayaran

**Mandiri Virtual Account**

Invoice ini sah dan dibayar oleh komputer

Silakan hubungi Tokopedia Care apabila baru membutuhkan bantuan.

No. \_\_\_\_\_  
Nama Pemilik (P) \_\_\_\_\_  
Tempat Pemukiman \_\_\_\_\_  
Detail Pekerjaan: # SERATUS Lima puluh Ribu Rupiah #  
Sewa Motor, Konsumsi, Honor  
Tim Lapangan hari 17  
tanggal 16.7.22  
Terdapat Rp 150.000  
Zain

No. \_\_\_\_\_  
Nama Pemilik (P) \_\_\_\_\_  
Tempat Pemukiman \_\_\_\_\_  
Detail Pekerjaan: # SERATUS Lima puluh Ribu Rupiah #  
Sewa Motor, Konsumsi, Honor  
Tim Lapangan hari ke 17  
tanggal 16.7.22  
Terdapat Rp 150.000  
Yusron

No. \_\_\_\_\_  
Nama Pemilik (P) \_\_\_\_\_  
Tempat Pemukiman \_\_\_\_\_  
Detail Pekerjaan: # SERATUS Lima puluh Ribu Rupiah #  
Sewa Motor, Konsumsi, Honor  
Tim lapangan  
tanggal 16.7.22  
Terdapat Rp 150.000  
Tegar

No. \_\_\_\_\_  
Tittle transaksi dan  
tujuan transaksi: 250000 Lima Ratus Ribu Rupiah  
Detail Transaksi: Sewa Motor konsumsi, honor  
tim Lapangan (hari ke 2)  
bekas, 17.7.22  
Total Bayar: 150.000  
  
Zaen

No. \_\_\_\_\_  
Tittle transaksi dan  
tujuan transaksi: 250000 Lima Ratus Ribu Rupiah  
Detail Transaksi: Sewa Motor konsumsi, honor  
tim Lapangan (hari ke 2)  
bekas, 17.7.22  
Total Bayar: 150.000  
  
Zaen

No. \_\_\_\_\_  
Tittle transaksi dan  
tujuan transaksi: 250000 Lima Ratus Ribu Rupiah  
Detail Transaksi: Sewa Motor konsumsi, honor  
tim Lapangan (hari ke 2)  
bekas, 17.7.22  
Total Bayar: 150.000  
  
Zaen



No. \_\_\_\_\_  
Jumlah nominal: **SATU JUTA EMPAT RATUS LIMA RIBU**  
Mata uang: **Rupiah**  
Untuk Pembayaran: **Honor Ketua Panitia  
G/n M. Fauzi Kurnia, SE, MM  
betawi, 2.11.22**  
Totalnya Rp. **1.450.000**



No. \_\_\_\_\_  
Jumlah nominal: **Satu JUTA EMPAT RATUS LIMA**  
Mata uang: **Ribuh Ribu Rupiah**  
Untuk Pembayaran: **Honor tim Panitia  
g/n Dr. Muhammad Fetho Rianto, SE, MM  
betawi, 2.11.22**  
Totalnya Rp. **1.450.000**



No. \_\_\_\_\_  
Jumlah nominal: **Satu JUTA EMPAT RATUS LIMA RIBU**  
Mata uang: **Rupiah**  
Untuk Pembayaran: **Honor tim Panitia  
g/n Eri Bukhari, ST, MM  
betawi, 2.11.22**  
Totalnya Rp. **1.450.000**





# **LAMPIRAN 7**

## LETTER OF ACCEPTANCE (LOA)

No. 09.31/FCG-EAJMR/IX/2022

This is to certify that,

Name : **M Fadhli Nursal, Mutammad Richo Rianto, Eri Bukhari**

Manuscript Title : **The Influence of Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, Knowledge Management and Learning Organization on Performance Mediated By Innovation in Culinary SME's I Bekasi**

has successfully accepted for publication Vol.1, No.8, September 2022. The manuscript has passed the editor screening and peer review process. The article will be available online on September 30, 2022.

If you require more information regarding the publication, please feel free to send me an email at [jenpenghuang13@gmail.com](mailto:jenpenghuang13@gmail.com). Thank you very much.

Faithfully yours,

Medan, 29 September 2022



Prof. Jen-peng Huang, Ph.D.  
Editor in Chief

**East Asian Journal of Multidisciplinary Research (EAJMR)**

Office: Jl. Ir. H. Juanda No.56B, Lantai 2, Medan, Indonesia

WhatsApp: +62 877 1388 1007



Scan this QR Code to  
check the originality of  
this LOA

East Asian Journal of Multidisciplinary Research (EAJMR) has been widely indexed by:



### Other Libraries



Complete information regarding the indexing service can be found here:

<http://journal.fimrecapublishing.org/index.php/eamr/indexing>

## The Influence of Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, Knowledge Management and Learning Organization on Performance Mediated by Innovation in Culinary SME's in Bekasi

M Fadhli Nursal<sup>1</sup>, Muhammad Richo Rianto<sup>2\*</sup>, Eri Bukhari<sup>3</sup>  
Bhayangkara Jakarta Raya University  
Corresponding Author : Muhammad Richo Rianto  
[mrrianto@dim.ubharajaya.ac.id](mailto:mrrianto@dim.ubharajaya.ac.id)

### ARTICLE INFO

**Keywords:** Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, Knowledge Management, Organization Learning, Innovation, Culinary SME's Performance.

*Received :* 02 September

*Revised :* 20 September

*Accepted:* 26 September

©2022 Nursal, Rianto, Bukhari :  
This is an open-access article  
distributed under the terms of the  
[Creative Commons Attribution 4.0  
International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRACT

This study aims to see the effect of innovation mediation that connects market orientation, entrepreneurial orientation, knowledge management and organization learning on the performance of MSMEs in the city of North Bekasi. This study uses a quantitative. The unit of analysis in this study is the Culinary SMEs in North Bekasi. This research was conducted on 231 respondents spread across northern Bekasi and used the SmartPLS 3.3.3 statistical tools. The results of this study further emphasize that innovation can mediate the relationship between market orientation and performance. In addition, entrepreneurial orientation also affects performance mediated by innovation and knowledge management affects performance mediated by innovation but organizational learning has no effect on performance mediated by innovation in UMKM culinary in North Bekasi.

## INTRODUCTION

Bekasi is one of the areas that has the most MSMEs in Indonesia. MSMEs have a high contribution to the economic growth of Bekasi City. Based on the results of the 2016 BPS economic census, the number of MSMEs in Bekasi City is around 203,000 MSME units, as many as 12,186 are types of food and beverage processing trade business with an absorption of 410,000 workers in 2016 (Insani et al., 2021).



**Figure 1 :** Data processed from BPS.

Based on the graph above, the number of MSMEs in Bekasi during 2016 to 2021 has increased by 6.1%. Where in 2016 there were 203,056 MSMEs, in 2017 there were 215,620 MSMEs, in 2018 there were 228,960 MSMEs, in 2019 there were 243,127 MSMEs, in 2020 there were 258,170 MSMEs and in 2021 as many as 274,143 MSMEs. This further strengthens that MSMEs are an important sector to study because they provide many contributions both for MSME actors and for improving the regional economy.

Performance is an important part for MSMEs to survive and be sustainable. Improving the performance of a business is driven by innovation efforts that are able to be carried out by business actors (Riyadi & Yasa, 2016). Business actors who innovate are believed to be able to improve their business performance and can survive in the uncertain business environment (Riyadi & Yasa, 2016). Speed of innovation refers to an organization's ability to accelerate the development and commercialization of products or services to achieve competitive advantage (Allocca & Kessler, 2006). In addition to innovation, several other factors that affect performance are market orientation (Arief & Rosiawan, 2009; Iqbal et al., 2019; Masa'deh, 2018; Raj & Srivastava, 2013), entrepreneurial orientation (Siren et al., 2017) (Shah & Ahmad, 2019), knowledge management (Al-qarioti, 2015; Khulil & Mahmood, 2018; Rianto et al., 2021) and learning organizations (Mohammad, 2019; O. Pratiwi, 2019; Rianto et al., 2021).

## THEORETICAL REVIEW

### *MSME Performance*

Performance is defined as the ability to exploit the organizational environment to access and use limited resources. The definition of MSME performance also refers to effectiveness (achievement of goals) and efficiency (efficient use of resources in achieving goals) (Rianto et al., 2021)

### *Market orientation*

Market orientation describes how companies do or run the marketing concept. In another perspective, market orientation can also be understood as an innovative behavior (Arief & Rosiawan, 2009).

### *Entrepreneurial orientation*

Entrepreneurship orientation is a condition where individuals tend to innovate, be proactive, and willing to take risks to start or manage a business (Manahera et al., 2018). According to (Lin et al., 2008) entrepreneurial orientation is an organizational capability that contributes to the creation of unique organizational resources, and positional advantages that affect performance.

### *Knowledge management*

Is the process of acquiring, changing, disseminating, applying and reusing knowledge within an organization (Sabri, 2005). The role of knowledge management in organizations is related to creating, organizing, sharing and using knowledge in organizations (Cooper et al., 2016).

### *Learning organization*

The learning organization consists of a series of processes oriented towards generating knowledge from both the internal and external environment. Internal learning can arise through methods such as research, development, and production experience while external learning occurs outside the boundaries of the organization and is then integrated into the organization with an internal knowledge base. This learning can occur individually or throughout the organization (Rianto et al., 2021). The effect of market orientation on innovation, that there is a significant positive relationship between components of market orientation which include customer orientation, competitor orientation, inter-functional coordination with innovation (Jiménez-Jimenez et al., 2008).

The same thing was also investigated by (Manahera et al., 2018) Entrepreneur Orientation is an organizational capability that contributes to the creation of unique organizational resources. Entrepreneurial orientation has a significant influence on innovation. Knowledge management is also one of the improvements in innovation. The transferred knowledge will increase new knowledge and skills so that it can increase development in humans themselves and will directly increase innovation (Iqbal et al., 2019). Organizational learning also has an influence on innovation (D. A. Pratiwi & Fanani, 2019). Based on the arguments above, several hypotheses are drawn as follows:

- H1. Market orientation has an effect on Innovation
- H2. Entrepreneur Orientation has an effect on Innovation
- H3. Knowledge Management has an effect on Innovation
- H4. Organizational Learning has an effect on Innovation

#### *Innovation*

(Siagian & Ikatriasari, 2019) Innovation in a broad concept is actually not only limited to products because innovation can be in the form of ideas, methods or objects that are perceived by someone as something new, innovation is also often used to refer to changes that are perceived as something new, new by the experienced community. In addition, several factors affect the performance of MSMEs. According to research (Jose, 1997; Khalil & Mehmood, 2018; Shah & Ahmad, 2019) product innovation has a significant effect on MSME performance. Similar research was also conducted by (Manahera et al., 2018) where entrepreneur orientation had an effect on the performance of MSMEs and so was the effect of knowledge management (Khalil & Mehmood, 2018; Rianto et al., 2021) and organizational learning on performance (Mohammad, 2019; Rianto et al., 2021).

Based on the arguments above, the following hypothesis can be drawn:

- H5. Market orientation affects the performance
- H6. Entrepreneur Orientation affects the performance
- H7. Innovation affects the performance
- H8. Knowledge Management affects the performance
- H9. Organizational Learning Affects Performance

Innovation is considered to have an important role in mediating the relationship between market orientation, entrepreneur orientation, knowledge management and organizational learning on performance. Research (Devara-salva komang, 2019; Tesa Asashi, 2017) states that the orientation is on the market with innovation that acts as a mediator to encourage organizational performance. Likewise, entrepreneur orientation towards performance mediated by innovation found that innovation succeeded in mediating the relationship between entrepreneurship and performance (Arief & Rosiawan, 2009). Knowledge management on performance mediated by innovation has a positive influence (Iqbal et al., 2019). Organizational learning will encourage company management to translate every idea that appears in the production line and synergize the ideas that appear on each production line to become a power of ideas for the company (D. A. Pratiwi & Farani, 2019). Based on the arguments above, the following hypothetical conclusions are drawn:

- H10. Market orientation has an effect on performance mediated by Innovation
- H11. Entrepreneur orientation has an effect on performance mediated by Innovation
- H12. Knowledge Management has an effect on performance mediated by Innovation



H13. Organization Learning has an effect on performance mediated by innovation

The framework of thought is an important part in the thinking process to describe the relationship of variables in research (Handayani & Rianto, 2021).

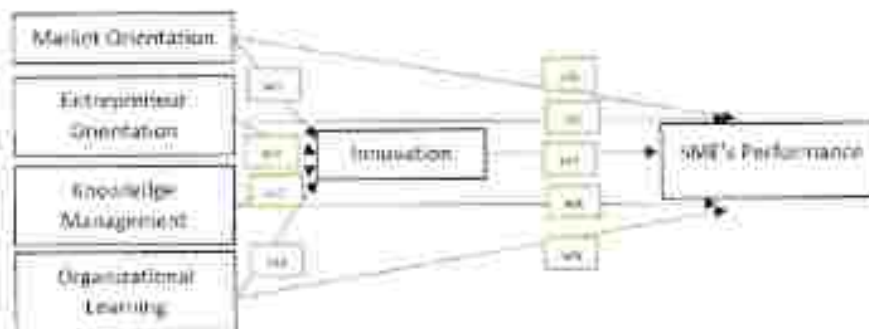


Figure 2 : Conceptual Framework .

## METHODOLOGY

This research is a quantitative research using statistical figures as a decision making research results. The unit of analysis in this study is Culinary SMEs in North Bekasi City. The sample used in this study uses (Joseph F. Hair Jr, William C. Black & Anderson, 2014) where the number of indicators is multiplied (X) by the number 5 so that the minimum sample in this study is 210 respondents. Based on the results of distributing questionnaires that have been carried out as many as 231 respondents who returned the questionnaires and all of them can be used in this study. The instrument in this study was adopted from previous research.

Market orientation research instrument was adopted from (Narver & Slater, 1990) with 5 statement items, entrepreneur orientation was adopted from research (Lumpkin & Dess, 1996) with 5 statement items. Knowledge management was adopted from research (Darroch & Darroch, 2015) with 14 statement items and organization learning was adopted from research (Rianto et al., 2021) with 7 statement items. The statement for innovation was adopted from the research (Chang et al., 2007) with 6 statement items. Performance adopts research (Rianto et al., 2021) with 7 statement items. This study uses a scale of 1-5 following the research of (Rianto et al., 2022). This study uses the Smartpls statistical tool by testing the outer model and inner model to make research decisions (Ghozali & Latan, 2015).

## RESULTS

### Result of Outer Model Test

Test results in this study used the results of the outer model test. Based on the results of the validity test, all statement items meet the requirements  $> 0.7$  and there are several items from the statement that must be eliminated because they do not meet the validity requirements.

**Table 1 :** SmartPLS 2022 data processing

	Cronbach's Alpha	Rel. R	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
ENTREPRENEUR ORIENTATION	0.919	0.231	0.879	0.660
INNOVATION	0.892	0.209	0.857	0.690
KNOWLEDGE MANAGEMENT	0.904	0.204	0.859	0.704
MARKET ORIENTATION	0.885	0.200	0.854	0.677
ORGANIZATION LEARNING	0.961	0.277	0.924	0.819
SALES PERFORMANCE	0.910	0.413	0.911	0.807

Based on the results above, it can be concluded that the Cronbach's Alpha value for all variables is above 0.8, meaning that this study meets the reliability requirements.

### Results of Hypothesis - Inner model

The results of hypothesis testing in this study indicate a relationship between the independent and dependent variables indicated by the following path model:

**Table 2 :** SmartPLS 2022 data processing

	Original	Sample	Standard	T-Statistic	P-Value
Entrepreneurial Orientation → Innovation	0.627	0.611	0.016	11.620	0.000
Entrepreneurial Orientation → Sales Performance	0.204	0.201	0.003	6.213	0.000
Innovation → Sales Performance	0.221	0.210	0.011	2.190	0.031
Knowledge Management → Innovation	0.204	0.199	0.005	4.141	0.000
Knowledge Management → Sales Performance	0.190	0.181	0.009	19.170	0.000
Market Orientation → Innovation	0.441	0.442	0.000	13.271	0.000
Market Orientation → Sales Performance	0.160	0.157	0.003	6.114	0.000
Organization Learning → Innovation	0.011	0.009	0.002	0.224	0.824
Organization Learning → Sales Performance	0.012	0.011	0.001	0.170	0.867

Based on the results of the inner model above, it can be concluded that market orientation has an effect on innovation with a value P-value  $0.000 < 0.05$  H1 is accepted. Entrepreneur orientation influences innovation with a p-value of  $0.000 < 0.05$  H2 is accepted. Knowledge management has an effect on innovation with a p-value of  $0.000 < 0.05$  H3 is accepted, and organization learning has no effect on innovation where  $0.796 > 0.05$  H4 is rejected. Market orientation has an effect on performance with p-value  $0.000 < 0.05$  H5 is accepted, entrepreneur orientation has an effect on performance with a p-value of  $0.000 < 0.05$  H6 is accepted, Innovation has an effect on performance with a p-value of  $0.007 < 0.05$  H7 is accepted, knowledge management has an effect on Performance with a p-

value of  $0.000 < 0.05$  H8 is accepted and organization learning has an effect on performance with a p-value of  $0.787 > 0.05$  H9 is rejected.

Mediated by innovation with p-value  $0.012 < 0.05$  H10 accepted, Entrepreneur orientation effect on performance mediated by innovation with p-value  $0.011 < 0.05$  H11 is accepted and Knowledge management affects performance mediated by innovation where p-value  $0.012 < 0.05$  H12 is accepted. However, different results on organization learning have no effect on performance mediated by innovation with a p-value of  $0.809 > 0.05$  H13 is rejected.

## DISCUSSION

Based on the results of the inner model test above, H1 is accepted, where market orientation has an effect on innovation. This study strengthens the previous research conducted by (Jiménez-Jiménez et al., 2008) because with a market orientation, culinary SMEs will be able to identify the needs of the market. By knowing the needs of the MSME market, it will be easy to innovate both in terms of products and services as well as marketing strategies. The same findings are also in H2 where entrepreneur orientation has an effect on innovation. This finding is also in line with research conducted by (Manahera et al., 2018) that the entrepreneurial orientation attitude possessed by an entrepreneur will help entrepreneurs to find ways to continue to develop their business. The development of the business will certainly lead to the use of resources, business processes which will then emerge Innovation as a force to compete. A culinary entrepreneur must certainly can have an entrepreneurial orientation so that it will increase innovation in his business, in the form of product and service innovation.

Knowledge management has an effect on Innovation so that H3 is accepted. This research is in line with research conducted by (Iqbal et al., 2019) where good knowledge management within the company will increase innovation. Knowledge is a resource that is difficult to imitate so that the ability to manage knowledge will have a positive impact on business innovation. Organization learning has no effect on innovation so H4 is rejected. This research is not in line with research conducted by (T. A. Pratiwi & Fanani, 2019) where businesses that have good organizational learning should always provide important input for businesses. However, with the dynamics of rapid and abnormal changes in the business environment, the company is unable to improve innovation from previous experiences.

Market orientation has an effect on the performance of culinary SMEs, meaning that the H5 hypothesis is accepted. This research is in line with research conducted by (Tesa Asashi, 2017) as well as entrepreneurial orientation, innovation, and knowledge management that affect the performance of culinary SMEs so that hypotheses H6, H7 and H8 are accepted by this study in line with research conducted by (Iqbal et al., 2019; Khalil & Mehmood, 2018; Mohammad, 2019; Rianto et al., 2021; Shah & Ahmad, 2019). Where the higher the entrepreneurial orientation, innovation and knowledge management, the higher the performance of culinary SMEs. However, something different about the results of organization learning which has no effect on performance, this research is not

in line with research (Mohammad, 2019; Rianto et al., 2021) this happens because changes in the business environment that are fast and unpredictable make the business experience impossible, affect business performance.

Findings on the mediating role of innovation in improving performance have a positive influence that connects market orientation to the performance of culinary SMEs in North Bekasi City. This research is in line with research conducted by (Devara satya komang, 2019; Tesa Asashi, 2017). The same finding on the mediating role of innovation that connects entrepreneurial orientation to research performance is in line with research conducted by (Arief & Rosiawan, 2009). This means that innovation in the culinary business will affect the relationship between market orientation and entrepreneurial orientation on culinary business performance. Through innovations formed by business actors who come from their entrepreneurial orientation abilities and market orientations built by culinary businesses, they can find new things from products or services so that they have an impact on improving the performance of culinary SMEs.

The same result also applies to the role of innovation in the relationship of knowledge management to performance, where knowledge management through innovation can improve performance. This study is in line with research conducted by (Iqbal et al., 2019; Refunan et al., 2019) These findings further clarify the important role of innovation in linking knowledge management to performance. With new ways and new innovations in receiving, managing and disseminating knowledge, it will improve the performance of culinary SMEs. However, different things occur in the role of innovation in the relationship of organizational learning to the performance of SMEs where innovation has no effect in mediating the relationship of organizational learning to the performance of culinary SMEs. This research is not in line with the research conducted (D. A. Pratiwi & Fanani, 2019). This can happen due to changes in the business environment and tight competition as well as changes in the environment that cannot, such as massive digitalization and covid 19, make culinary businesses unable to adapt quickly to extraordinary and unprecedented circumstances.

## CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

Overall market orientation, entrepreneurial orientation and knowledge management affect innovation but organizational learning has no effect on innovation. The direct influence of market orientation has an effect on the performance of culinary SMEs. In the same way, entrepreneurial orientation affects the performance of culinary SMEs and knowledge management affects the performance of culinary SMEs. However, organizational learning has no effect on the performance of culinary SMEs in the city of Bekasi. The indirect effect of market orientation on performance is mediated by innovation, as well as entrepreneurial orientation on performance mediated by innovation. Knowledge management gets similar results that affect performance mediated by innovation. However, the results are different where organizational learning has no effect on performance mediated by innovation.

#### FURTHER STUDY

This research is still far from perfect. This research is limited to the mediating role of innovation. Therefore, future research is expected to be able to add relevant variables such as the mediating role of social media orientation or technology orientation.

#### REFERENCES

- Al-qarioti, M. Q. A. (2015). EURASIAN JOURNAL OF BUSINESS AND. 3(4), 36-54. <https://doi.org/10.15604/ejbm.2015.03.04.004>
- Allouca, M. A., & Kessler, E. H. (2006). Innovation Speed in Small and Medium-Sized Enterprises. *Creativity and Innovation Management*, 15(3), 279-295. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2006.00389.x>
- Arief, M., & Rosiawan, R. W. (2009). Kinerja Pemasaran Berdasarkan Orientasi Pasar Melalui Inovasi Produk: Pengujian Empiris Pada UMKM di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 5(2), 117-126. <http://ejournal.ukanjuruhan.ac.id>
- Chang, S. E., Lin, C. S., Chang, S. E., & Lin, C. (2007). Exploring organizational culture for information security management. <https://doi.org/10.1108/02635570710734316>
- Cooper, A. L., Huscroft, J. R., Overstreet, R. E., & Hazen, B. T. (2016). Knowledge management for logistics service providers: The role of learning culture. *Industrial Management and Data Systems*, 116(3), 584-602. <https://doi.org/10.1108/TMD5-06-2015-0262>
- Darroch, J., & Darroch, J. (2015). Knowledge management, innovation and firm performance. June 2005. <https://doi.org/10.1108/13673270510602809>
- Devara satya komang, S. E. (2019). PERAN INOVASI PRODUK DALAM MEMEDIASI PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PEMASARAN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia ABSTRAK PENDAHULUAN Pada u. 8(10), 6367-6387.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial Least squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157-172. <https://stienuamamuju.ejournal.id/GJIEP/article/view/39>

- Handayani, M., & Rianto, M. R. (2021). Pengaruh Financial Knowledge , Pendapatan dan Social influence terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital pada Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1858-1865.
- Insani, F., Barus, B., & Lubis, D. P. (2021). Zona Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pengolah Makanan di Kota Bekasi. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 5(1), 61-76. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2021.5.1.61-76>
- Iqbal, A., Latif, F., Marimon, F., Sahibzada, U. F., & Hussain, S. (2019). From knowledge management to organizational performance: Modelling the mediating role of innovation and intellectual capital in higher education. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(1), 36-59. <https://doi.org/10.1108/JEIM-04-2018-0083>
- Jiménez-Jiménez, D., Sanz, R. V., & Hernández-Espallardo, M. (2008). Fostering innovation: The role of market orientation and organizational learning. *European Journal of Innovation Management*, 11(3), 389-412. <https://doi.org/10.1108/14601060810889026>
- Jose, S. (1997). DYNAMIC CAPABILITIES AND STRATEGIC MANAGEMENT. 18(April 1991), 509-533.
- Joseph F. Hair Jr. William C. Black, & Anderson, B. J. B. R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis Seventh Edition*.
- Khalil, S. R., & Mehmood, K. K. (2018). Knowledge Management, Emotional Capability, Teamwork, and Innovativeness: Mediating Role of Organizational Learning. *Review of Economics and Development Studies*, 4(2), 227-235. <https://doi.org/10.26710/reads.v4i2.407>
- Lin, C. H., Peng, C. H., & Kao, D. T. (2008). The innovativeness effect of market orientation and learning orientation on business performance. *International Journal of Manpower*, 29(8), 752-772. <https://doi.org/10.1108/01437720810919332>
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). the Entrepreneurial Clarifying It Construct and Linking Orientation. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Manahera, M. M., Moniharapon, S., & Tawas, H. N. (2018). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk Dan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Umkm Nasi Kuning Di Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3603-3612.

- Masa'deh, R. J. A.-H. A. T. B. Y. O. (2018). The associations among market orientation , technology orientation , entrepreneurial orientation and organizational performance. <https://doi.org/10.1108/BIJ-02-2017-0024>
- Mohammad, H. I. (2019). Mediating effect of organizational learning and moderating role of environmental dynamism on the relationship between strategic change and firm performance. *Journal of Strategy and Management*, 12(2), 275–297. <https://doi.org/10.1108/JSMA-07-2018-0064>
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20. <https://doi.org/10.2307/1251757>
- Pratiwi, D. A., & Fanani, Z. (2019). the Mediating Role of Innovation: Organizational Learning. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 9(2), 177. <https://doi.org/10.22219/jrak.v9i2.8713>
- Pratiwi, O. (2019). Pengaruh Financial Knowledge , Financial Behavior , Financial Efficacy & Risk Tolerance Terhadap Financial Satisfaction Pada Pegawai Pt . Bank Mandiri ( Perseo ) Kantor Pusat. 1-11.
- Raj, R., & Srivastava, K. B. L. (2013). The Mediating Role of Organizational Learning on the Relationship among Organizational Culture , HRM Practices and Innovaliveness. <https://doi.org/10.1177/0258042X13509738>
- Rehman, S. U., Bhatti, A., & Chaudhry, N. I. (2019). Mediating effect of innovative culture and organizational learning between leadership styles at third-order and organizational performance in Malaysian SMEs. 1, 1-24.
- Rianto, M. R., Jafar, F., & Arafah, W. (2021). Mediating Effect of Organization Learning on the Relationship Between Strategic Change , Knowledge Management and Transformational Leadership ; Case of Indonesia Islamic Banks. 10(3), 26–49.
- Rianto, M. R., Setyawati, N. W., Rohaeni, H., & Woelandari, D. S. (2022). Pengaruh Harga , Promosi dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Provider Telkomsel Pada Generasi Milenial Muslim di Kota Bekasi. 8(02), 2159–2166.
- Riyadi, N., & Yusa, N. (2016). Kemampuan Inovasi Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Produk UMK Sektor Industri Makanan Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(3), 1915–1941.

- Sabri, H. (2005). Knowledge management in its context: Adapting structure to a knowledge creating culture. *International Journal of Commerce and Management*, 15(2), 113-128. <https://doi.org/10.1108/10569210580000191>
- Shah, S. Z. A., & Ahmad, M. (2019). Entrepreneurial orientation and performance of small and medium-sized enterprises: Mediating effects of differentiation strategy. *Competitiveness Review*, 29(5), 551-572. <https://doi.org/10.1108/CR-06-2018-0038>
- Siagian, G. S., & Ikatrinasari, Z. F. (2019). Pengaruh Manajemen Pengetahuan Terhadap Inovasi: Kasus Industri IT di Indonesia. *Operations Excellence: Journal of Applied Industrial Engineering*, 11(1), 71. <https://doi.org/10.22441/oe.v10.3.2018.017>
- Sirén, C., Hakala, H., Wincent, J., & Griehrik, D. (2017). Breaking the routines: Entrepreneurial orientation, strategic learning, firm size, and age. *Long Range Planning*, 50(2), 145-167. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2016.09.005>
- Tosa Asashi, I. P. G. S. (2017). Jurnal. PERAN INOVASI PRODUK DALAM MEMEDIASI PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PEMASARAN, 6(4), 1816-1845.