

Peranan Mediasi Inovasi: Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Teknologi, Intensitas Persaingan Terhadap Kinerja Perempuan Muslim Pada UMKM Hasil Olah Melinjo di Menes Banten

M. Fadhli Nursal¹, Maidani², Chistophorus Indra Wahyu Putra³, Muhammad Richo Rianto⁴,
Dinda Nurdianah⁵, Putri Amanda⁶

^{1,2,3,4,5,6} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

*Email korespondensi: fadhli.nursal@dsn.ubharajaya.ac.id

Abstract

This study analyzes the role of mediation of innovation in the influence of entrepreneurial orientation, technological orientation and intensity of competition on the performance of MSMEs by Muslim women who cultivate melinjo in the village of Menes Pandeglang, Banten. This research uses quantitative methods and statistical analysis tools in the form of smartpls 4.0. This study used a sampling technique in the form of quota sampling as many as 62 female entrepreneurs who processed melinjo. The results of this study found that there was an influence of entrepreneurial orientation and technology on innovation but different results on the intensity of competition. Other results explain that the influence of entrepreneurial orientation and innovation on performance but technology orientation and competition intensity have no effect on performance. The role of mediation has an effect on entrepreneurial orientation and technology on performance but has no effect on the intensity of competition. This research focuses on the role of women in improving the performance of MSMEs processed melinjo. In addition, the focus of this research is on the village of Menes, which is one of the villages in Pandeglang, Banten. The novelty in this study is that apart from the object of research, it is also a research model that has never been studied before.

Keywords: *Entrepreneurial Orientation, Technology Orientation, Competition Intensity, Innovation, MSME Performance, Muslim Women Menes Village*

Saran sitasi: Nursal, M. F., Putra, C. I., Rianto, M. R., Nurdianah, D., & Amanda, P. (2023). Peranan Mediasi Inovasi: Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Teknologi, Intensitas Persaingan Terhadap Kinerja Perempuan Muslim Pada UMKM Hasil Olah Melinjo di Menes Banten. *Jurnal ilmiah ekonomi islam*, 9(03), 3754-3761. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.11339>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.11339>

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini UMKM menjadi perhatian dari banyak pihak karena bisnis UMKM menyumbang pertumbuhan perekonomian nasional (PDB) sebesar 61,1%, selain itu menurut Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) mencatat bahwa pada tahun 2018 pelaku UMKM sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia dengan penyerapan tenaga kerja sebanyak 117 juta jiwa pekerja (Indonesia, 2020). Pertumbuhan kinerja yang signifikan memberikan peluang dan potensi besar bagi sektor industri sehingga faktor faktor yang mempengaruhi kinerja harus dapat diidentifikasi untuk meningkatkan kinerja sektor tersebut.

Sektor perkebunan merupakan salah satu sektor yang menjanjikan ditengah peningkatan penjualan secara digitalisasi. Menurut (Suratman, 2021) potensi dari hasil perkebunan di Indonesia mencapai \$1,14 milyar. Hal ini menjadi faktor penting sebagai peningkatan kesejahteraan baik individu maupun nasional jika dapat dikelola dengan baik.

Indonesia adalah negara berpenduduk Muslim terbesar di dunia, sekitar 210 juta adalah Muslim dan hampir setengahnya adalah wanita (Rafiki & Nasution, 2019). Perkembangan dan perubahan budaya serta kesetaraan gender yang semakin tinggi menjadikan usaha perkebunan yang selama ini di dominasi oleh pria kini mulai bergeser ke gender wanita (Rafiki & Nasution, 2019).

Kabupaten Pandeglang memiliki potensi perkebunan yang melimpah yaitu daerah Menes sebagai penghasil buah Melinjo. Namun berdasarkan hasil pra riset yang kami lakukan masih banyak diantara para pelaku usaha hasil laut tidak dapat memaksimalkan kinerja nya pada sektor perkebunan ini.

Beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja adalah orientasi pasar (Mahmoud Abdulai Mahmoud et al., 2016; Mohammed Abdulai Mahmoud et al., 2012)(Tarhini, 2018), orientasi kewirausahaan (Manahera et al., 2018; Ryadi & Yasa, 2016; Tarhini, 2018) dan orientasi technology (Aminu et al., n.d.; Tarhini, 2018) hingga orientasi pembelajaran (Al-qarioti, 2015; Nisa et al., 2016; Oh, 2019).

Penelitian ini fokus pada UMKM hasil olahan melinjo dari sektor perkebunan. Penelitian ini memiliki kebaharuan dengan mempertimbangkan perempuan sebagai roda penggerak perekonomian keluarga di desa Menes Pandeglang Banten.

Kinerja UMKM

Kinerja merupakan alat ukur yang penting dalam keberhasilan sebuah usaha (Rahayu & Usman, 2019). Mengukur kinerja perusahaan telah menjadi metode bagi semua pemangku kepentingan, seperti pemilik bisnis, investor, manajemen, dll, yang berinvestasi dalam organisasi. Bahkan organisasi nirlaba sudah mulai melacak kinerja perusahaan sehingga dapat menghadapi sumber daya yang langka(Rianto, 2021).

Orientasi Kewirausahaan

Perusahaan dengan orientasi kewirausahaan memiliki kemampuan untuk menyesuaikan operasi mereka di lingkungan yang kompetitif dinamis, untuk mengubah dan membentuk lingkungan, dan memiliki komitmen terhadap sumber daya untuk memanfaatkan peluang yang belum pasti (Sirén et al., 2017) Para peneliti menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan positif mempengaruhi kinerja perusahaan karena perusahaan yang berorientasi kewirausahaan memiliki kemampuan yang lebih untuk menyesuaikan dan membentuk lingkungan (Krueger, 2017). Orientasi Kewirausahaan diartikan sebagai sebuah karakteristik organisasi dalam mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang pasar baru, mengantisipasi tantangan dan mengambil risiko pada kondisi ketidakpastian. (Covin, Jeffrey & Slevin, Dennis, 1989; Pérez-Luño et al., 2011; Zhai et al., 2018).

Orientasi Teknologi

Orientasi teknologi adalah kemampuan dan kemauan perusahaan untuk mengembangkan pola pikir teknologi dan memanfaatkannya dalam memperbaiki atau mengembangkan produk dan layanan (Gatignon & Xuereb, 1997). Selain itu orientasi teknologi mengacu pada kecenderungan untuk berinvestasi dalam memantau dan mengadopsi inovasi teknologi (Dvir et al., 1993) dan pada kecenderungan perusahaan untuk sering terlibat dengan teknologi baru (Sainio et al., 2012). Orientasi teknologi telah diakui sebagai faktor penting yang berpengaruh positif pada keberhasilan jangka panjang perusahaan karena inovasi yang disediakan untuk pasar. Dasar pemikiran dari orientasi teknologi adalah bahwa konsumen memilih produk dengan keunggulan teknologi (Gao et al., 2007; Hsu et al., 2014).

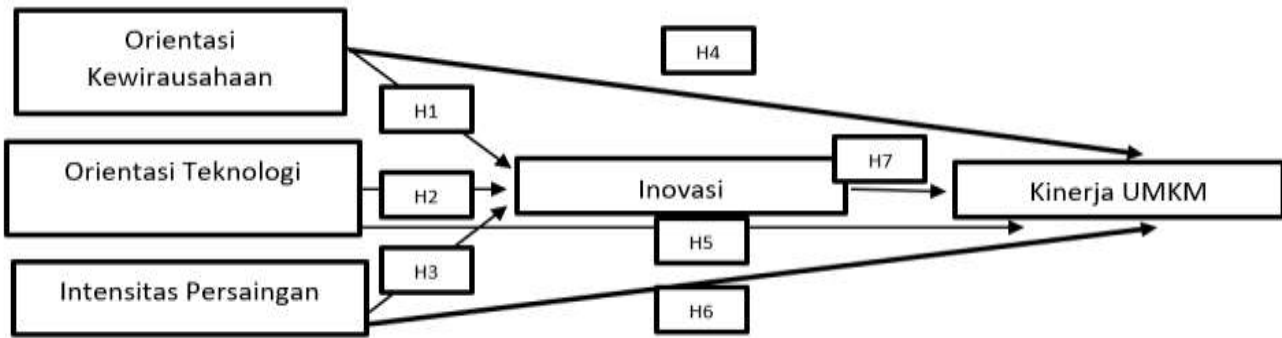
Intensitas Persaingan

Intensitas Persaingan diartikan sebagai suatu bentuk komponen yang memiliki pengaruh besar didalam inovasi suatu product untuk meningkatkan kinerja usaha. (Anning-Dorson, 2016; Ishikawa, 2019). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa Intensitas persaingan memiliki pengaruh yang positif artinya memberikan dampak didalam peningkatan usaha. (Yang & Yang, 2019).

Inovasi

Inovasi adalah salah satu elemen organisasi penting yang memiliki efek kuat pada hasil dari organisasi dan dapat didefinisikan sebagai kecenderungan organisasi untuk menerapkan ide-ide baru, penemuan dan penemuan yang menghasilkan pengembangan produk atau jasa baru, strategi manajerial, prosedur, metode kerja dan teknologi. (Iqbal et al., 2019). Kemampuan inovasi terkait dengan “kemampuan” untuk menyerap, mengadaptasi, dan mentransformasikan teknologi tertentu ke dalam manajemen, operasi, dan rutinitas transaksi tertentu yang dapat membawa perusahaan pada sebuah keuntungan. (Vasconcelos et al., 2021). Inovasi adalah aktivitas organisasi yang dianggap sebagai titik fokus strategi, elemen penting dari daya tahan, dan sumber keunggulan kompetitif (Marín-Idárraga & Cuartas-Marín, 2019; Suryawan, 2020).

Berdasarkan fenomena diatas dapat disimpulkan model kerangka konseptual untuk memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi variabel dalam penelitian (Rianto et al., 2021) sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara dari pengambilan keputusan dalam penelitian yang kemudian akan diuji kebenarannya untuk dapat ditarik sebuah kesimpulan (Rianto et al., 2022). Berdasarkan konseptual penelitian diatas, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

Orientasi merupakan kemampuan dan kemauan perusahaan untuk mengembangkan pola pikir teknologi dan memanfaatkannya dalam memperbaiki atau mengembangkan produk dan layanan (Gatignon & Xuereb, 1997). Selain itu juga Orientasi Kewirausahaan diartikan sebagai sebuah karakteristik organisasi dalam mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang pasar baru, mengantisipasi tantangan dan mengambil risiko pada kondisi ketidakpastian. (Covin, Jeffrey & Slevin, Dennis, 1989; Pérez-Luño et al., 2011; Zhai et al., 2018). Berdasarkan identifikasi ini dengan meningkatnya orientasi teknologi dan kewirausahaan dalam UMKM maka akan meningkatkan inovasi UMKM untuk dapat memiliki keunggulan dalam bersaing. Maka hipotesis yang dapat dibangun adalah :

H1. Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap inovasi

H2. Orientasi teknologi berpengaruh terhadap inovasi
Intensitas persaingan diartikan sebagai suatu penggerak didalam suatu persaingan. Intensitas persaingan memiliki keterkaitan terhadap Inovasi, dimana memberikan peningkatan terhadap persaingan untuk terus mengembangkan inovasi pada UMKM (Kmieciak & Michna, 2018)

H3. Intensitas persaingan berpengaruh terhadap Inovasi

Orientasi kewirausahaan dan teknologi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha.(Hutahayan, 2019; Isichei et al., 2020) (Masa'deh, 2018). Perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan dan teknologi yang tinggi

dapat memanfaatkan peluang baru untuk meningkatkan kinerja usaha. (Al Mamun & Fazal, 2018).

H4. Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM

H5. Orientasi teknologi berpengaruh terhadap kinerja UMKM

Intensitas Persaingan tidak hanya meningkatkan kinerja usaha, tetapi juga memungkinkan perusahaan didalam menilai kinerja manajer terhadap para pesaingnya. (Ahmed & Afza, 2019) Semakin tinggi intensitas persaingan perusahaan akan mencari cara untuk dapat meningkatkan keuntungan.

H6. Intensitas persaingan berpengaruh terhadap kinerja UMKM

Inovasi merupakan sesuatu perubahan ke arah yang baru baik berupa produk dan layanan. Menurut penelitian (Jose, 1997; Khalil & Mehmood, 2018; Shah & Ahmad, 2019) inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Selain itu inovasi dianggap berperan dalam memediasi hubungan antara orientasi terhadap kinerja (Nursal et al., 2022) (Arief & Rosiawan, 2009; Pratiwi & Fanani, 2019). Persaingan yang tinggi memaksa perusahaan untuk mencari cara (inovasi) untuk dapat bertahan terhadap perubahan dan persaingan yang ketat sehingga dengan itu perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya (Ahmed & Afza, 2019).

H7. Inovasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM

H8. Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja di mediasi oleh inovasi

H9. Orientasi teknologi berpengaruh terhadap kinerja di mediasi oleh inovasi

H10. Intensitas persaingan berpengaruh terhadap kinerja di mediasi oleh inovasi

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana kesimpulan penelitian di dasarkan pada angka

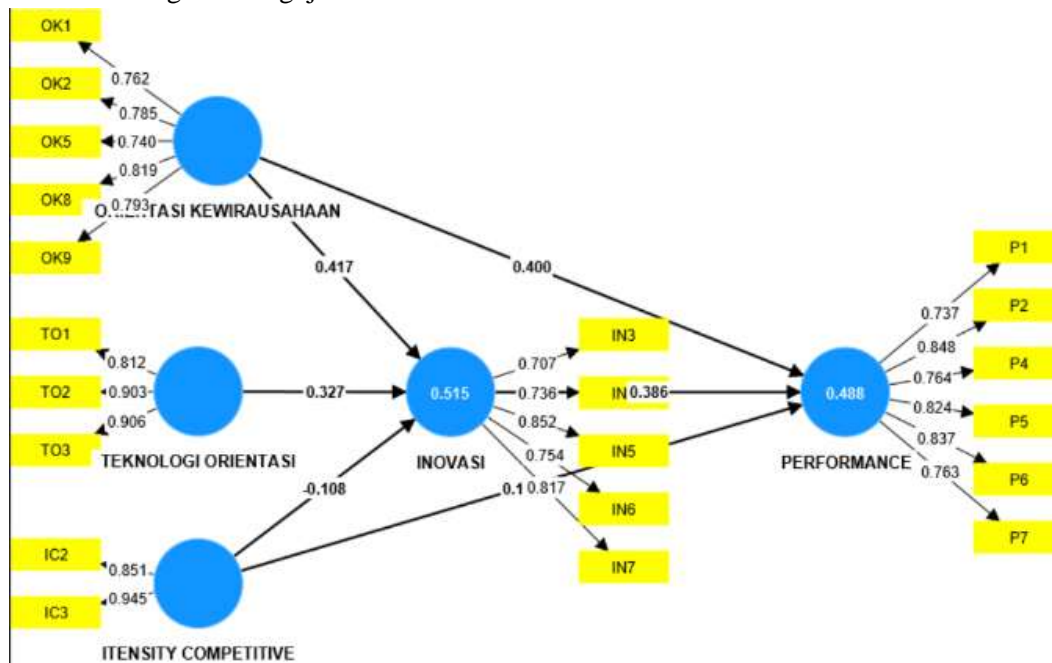
angka yang dirumuskan dari persepsi responden. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti namun unit analisis dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM hasil olahan dari melinjo di Desa Menes Pandegelang Banten. Sampel penelitian menggunakan quota sampling dengan total sampel sebanyak 62 pelaku UMKM hasil olahan melinjo. Instrument di dalam penelitian ini diadopsi dari beberapa penelitian sebelumnya. Instrumen pernyataan orientasi kewirausahaan diadopsi dari penelitian (Tarhini, 2018) dengan 9 item pernyataan. Orientasi teknologi di adopsi dari penelitian (Tesa Asashi, 2017) dengan 4 item pernyataan. Intesitas persaingan diadopsi dari penelitian (Suryawan, 2020) dengan 3 item pernyataan. Inovasi diadopsi dari penelitian (Nursal et al., 2022) dengan 7 item pernyataan serta kinerja diadopsi dari penelitian (Rianto et al., 2021) dengan 7 item pernyataan. Penelitian ini menggunakan alat statistik smartpls 4.0 dengan menggunakan dua analisis. Analisis pertama yaitu outer model dengan menguji validitas dan

reliabilitas sedangkan analisis kedua yaitu inner model dengan menguji pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung. Sebagai pelengkap penelitian metode perbandingan hubungan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung digunakan untuk memperkuat argumentasi dalam menentukan peranan mediasi yaitu parsial mediasi, mediasi penuh atau tidak ada mediasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan dua tahapan. Tahapan pertama menguji outer model yang menghasilkan bahwa nilai *loading factor* < 0,7 harus di eliminasi untuk memenuhi syarat validitas data. Berdasarkan hasil temuan ada beberapa instrumen dari masing masing variabel yang harus di eliminasi dan beberapa instrumen lainnya yang memenuhi syarat penelitian nilai *loading factor* > 0,7 dapat dipertahankan yang ditunjukkan pada gambar 2 berikut.



Gambar 2. Uji Outer Model

Begitu halnya dengan uji reliabilitas yang menguji nilai cronbach's alpha > 0,7 dan nilai AVE > 0,5. Berdasarkan hasil temuan semua kreteria dari uji

reliabilitas memenuhi syarat dalam penelitian ini yang ditunjukkan pada gambar 3 dibawah ini :

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_c)	Composite reliability (rho_t)	Average variance extracted (AVE)
INOVASI	0.834	0.847	0.882	0.601
INTENSITY COMPETITIVE	0.775	0.900	0.894	0.809
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN	0.840	0.847	0.886	0.609
PERFORMANCE	0.883	0.903	0.912	0.635
TEKNOLOGI ORIENTASI	0.843	0.843	0.907	0.765

Gambar 3. Uji Outer Model

Tahapan ke dua adalah dengan menguji inner model. Uji ini ditujukan untuk dapat menyimpulkan pengaruh antara variabel dependen dan independen

dalam penelitian. Berdasarkan hasil uji inner model pada pengaruh langsung dapat ditunjukkan pada tabel 1 sebagai berikut:

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	statistics (O/STDEV)	P values	Hipotesis	Kesimpulan
ORIENTASI KEWIRUSAHAAN -> INOVASI	0,417	0,427	0,129	3,242	0,001	H1	Diterima
TEKNOLOGI ORIENTASI -> INOVASI	0,327	0,332	0,104	3,151	0,002	H2	Diterima
ITENSITY COMPETITIVE -> INOVASI	-0,108	-0,114	0,089	1,221	0,223	H3	Ditolak
ORIENTASI KEWIRUSAHAAN -> PERFORMANCE	0,400	0,400	0,129	3,110	0,002	H4	Diterima
TEKNOLOGI ORIENTASI -> PERFORMANCE	0,174	0,188	0,098	1,789	0,070	H5	Ditolak
ITENSITY COMPETITIVE -> PERFORMANCE	0,170	0,178	0,096	1,779	0,076	H6	Ditolak
INOVASI -> PERFORMANCE	0,386	0,394	0,123	3,150	0,002	H7	Diterima
ORIENTASI KEWIRUSAHAAN -> INOVASI -> PERFORMANCE	0,161	0,167	0,073	2,216	0,027	H8	Diterima
TEKNOLOGI ORIENTASI -> INOVASI -> PERFORMANCE	0,126	0,132	0,061	2,058	0,040	H9	Diterima
ITENSITY COMPETITIVE -> INOVASI -> PERFORMANCE	-0,042	-0,044	0,038	1,088	0,277	H10	Ditolak

Tabel 1. Uji Inner Model

Berdasarkan hasil inner model dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima dimana terdapat pengaruh antara orientasi kewirausahaan terhadap inovasi yang ditunjukkan dengan nilai p-value 0,001. Hipotesis 2 diterima yaitu terdapat pengaruh orientasi teknologi terhadap inovasi dengan nilai p-value sebesar 0,002. Hipotesis 3 di tolak dimana tidak terdapat pengaruh intensitas persaingan terhadap inovasi dengan nilai p value sebesar 0,223. Hipotesis 4 diterima dengan nilai p-value sebesar 0,002 yang berarti terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja namun hal yang berbeda pada hipotesis ke 5 dan 6 dimana orientasi teknologi dan intensitas persaingan tidak berpengaruh terhadap kinerja secara langsung dengan nilai p_value > 0,05. Inovasi berpengaruh terhadap kinerja dengan nilai p-value sebesar 0,002 yang membuktikan bahwa hipotesis ke 7 diterima.

Pengaruh tidak langsung berdasarkan hasil uji inner model *path analysis* menjelaskan bahwa hipotesis ke 8 diterima bahwa orientasi berpengaruh terhadap kinerja yang dimediasi oleh inovasi dengan nilai p-value 0,027. Hal yang sama juga terhadap pada hipotesis ke 9 yang membuktikan bahwa orientasi teknologi berpengaruh terhadap kinerja yang dimediasi oleh inovasi dengan nilai p-value 0,040. Namun pengaruh intensitas persaingan terhadap kinerja yang dimediasi oleh inovasi tidak terdapat pengaruh dengan nilai p-value diatas 0,05 yaitu 0,227.

Berdasarkan temuan diatas maka dapat disimpulkan bahwa peranan mediasi pada beberapa variabel berbeda beda yang ditunjukkan pada tabel 2 di bawah ini :

Variabel	Pengaruh langsung	Pengaruh Tidak langsung	Kesimpulan
Orientasi Kewirausahaan	Diterima	Diterima	Partial Mediation
Orientasi Teknologi	Ditolak	Diterima	Full Mediation
Intensitas Persaingan	Ditolak	Ditolak	No Mediation

Tabel 2. Kesimpulan Peran Mediasi

Hasil diatas menunjukkan bahwa pada variabel orientasi kewirausahaan peranan mediasi sebagai partial mediation, sedangkan pada orientasi teknologi peranan mediasi adalah sebagai full mediation. Namun hasil peranan pada intensitas persaingan adalah tidak adanya mediasi.

3.2. Pembahasan

Hasil yang telah ditunjukkan diatas menggambarkan bahwa adanya pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Nursal et al., 2022) dengan adanya orientasi kewirausahaan UMKM memiliki kemampuan untuk menemukan produk atau layanan baru (inovasi) sebagai keunggulan bersaing. Peranan perempuan muslim yang memiliki pondasi jiwa kewirausahaan yang kuat telah dicontohkan oleh nabi Muhammad yang pernah menjadi pedagang dalam sejarah Islam. Penelitian ini juga menemukan

bahwa orientasi teknologi berpengaruh terhadap inovasi dimana penelitian ini sejalan dengan penelitian (Boateng, 2022; Widiarta et al., 2020) dimana dengan adanya orientasi terhadap teknologi pelaku umkm senantiasa mencari cara baru termasuk teknologi untuk meningkatkan kinerjanya. Peranan perempuan muslim dalam islam tidak hanya terbatas pada agama melainkan juga sangat terbuka dengan perkembangan teknologi seperti media sosial. Peranan teknologi ini semakin memperkuat perempuan muslimah untuk dapat menemukan komunitas muslim. Komunitas ini senantiasa akan mempermudah proses penjualan. Hipotesis berikutnya menjelaskan bahwa tidak adanya pengaruh intensitas persaingan terhadap inovasi. Intensitas persaingan adalah sebagai salah satu penggerak dalam sebuah inovasi. Pelaku umkm pengolahan hasil perkebunan melinjo di desa Menes hampir tidak ada persaingan yang berarti dimana bisnis ini masih dijalankan pada

satu cluster yang sama dan masih salam satu keluarga yang sama sehingga hampir tidak ada intensitas persaingan yang berarti.

Hasil penelitian juga menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja umkm yang juga sejalan dengan penelitian (Nursal et al., 2022). Perempuan muslim tentunya sudah terlatih terhadap perubahan lingkungan dan senantiasa dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tersebut sehingga orientasi ini dapat memudahkan umkm untuk dapat meningkatkan kinerja nya. Namun penelitian lainnya menjelaskan bahwa tidak adanya pengaruh langsung antara orientasi teknologi dan intensitas persaingan dimana penelitian ini sejalan dengan penelitian (Tahini, 2018) bahwa teknologi secara langsung akan memberikan mempersulit umkm karena biaya pengadopsian teknologi yang sangat tinggi. Selain itu penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Suryawan, 2020) hal ini dapat terjadi karena rendahnya tingkat persaingan olahan hasil perkebunan melinjo di desa Menes Pandeglang.

Pengaruh tidak langsung dalam penelitian ini menemukan bahwa adanya pengaruh tidak langsung antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja melalui inovasi. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Nursal et al., 2022). Orientasi kewirausahaan senantiasa akan menemukan cara baru dalam produk dan jasa (inovasi) sehingga dengan ini umkm dapat meningkatkan kinerja nya dengan lebih baik. Penelitian ini juga menjelaskan bahwa peranan inovasi dalam memediasi pengaruh orientasi teknologi terhadap kinerja sangatlah jelas. Mediasi penuh terlihat pada hasil ini menggambarkan bahwa dijamin digitalisasi ini teknologi harus dapat berinovasi ditengah perubahan yang sangat cepat untuk meningkatkan kinerja umkm. Namun hasil mediasi inovasi ini tidak berdampak pada pengaruh intensitas persaingan terhadap kinerja umkm dimana memang di desa Menes Pandeglang ini jumlah umkm hasil olah perkebunan berupa melinjo ini tidak terlalu banyak, selain itu tempat usaha yang sangat berjauhan menjadikan intensitas persaingan ini tidak menjadi pengaruh dan tantangan bagi para pelaku umkm.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini beberapa temuan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi teknologi terhadap inovasi namun intensitas persaingan tidak berpengaruh terhadap inovasi. Pengaruh langsung

orientasi kewirausahaan dan inovasi terhadap kinerja memiliki hasil yang signifikan namun pengaruh orientasi teknologi dan intensitas persaingan terhadap kinerja memiliki hasil yang tidak signifikan. Pengaruh tidak langsung menghasilkan bahwa inovasi dapat memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja dengan *partial mediation*. Sedangkan peranan mediasi inovasi pada pengaruh orientasi teknologi terhadap kinerja dengan *full mediation*. Dan peranan mediasi inovasi pada pengaruh intensitas persaingan terhadap kinerja tidak terdapat mediasi di dalamnya.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini merupakan penelitian yang di danai dari hibah internal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Tim peneliti mengucapkan terimakasih kepada Rektorat dan Dekanat FEB serta LPPMP Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

6. REFERENSI

- Ahmed, N., & Afza, T. (2019). Capital structure, competitive intensity and firm performance: evidence from Pakistan. *Journal of Advances in Management Research*, 16(5), 796–813. <https://doi.org/10.1108/JAMR-02-2019-0018>
- 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>
- Al Mamun, A., & Fazal, S. A. (2018). Effect of entrepreneurial orientation on competency and micro-enterprise performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(3), 379–398. <https://doi.org/10.1108/apjie-05-2018-0033>
- Aminu, I. M., Noor, M., & Shariff, M. (n.d.). *The relationship between entrepreneurial orientation , market orientation , learning orientation , technology orientation and SMEs performance in Nigeria*. 108–116.
- 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>
- Boateng, A. A. (2022). *The Mediating Effect of Innovative Capability on the Relationship between Technology Innovation Adoption and Firm Performance in the Ghana ' s Manufacturing Industry*. 11(5), 30–53. <https://doi.org/10.35629/8028-1105023053>

- Covin, Jeffrey, G., & Slevin, Dennis, P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75–87.
- Hutahayan, B. (2019). Factors affecting the performance of Indonesian special food SMEs in entrepreneurial orientation in East Java. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(2), 231–246. <https://doi.org/10.1108/apjie-09-2018-0053>
- Indonesia, kementerian keuangan R. (2020). *MKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*.
- 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>
- Isichei, E. E., Emmanuel Agbaeze, K., & Odiba, M. O. (2020). Entrepreneurial orientation and performance in SMEs: The mediating role of structural infrastructure capability. *International Journal of Emerging Markets*, 15(6), 1219–1241. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-08-2019-0671>
- Kmieciak, R., & Michna, A. (2018). Knowledge management orientation, innovativeness, and competitive intensity: evidence from Polish SMEs. *Knowledge Management Research and Practice*, 16(4), 559–572. <https://doi.org/10.1080/14778238.2018.1514997>
- Krueger, N. F. (2017). Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions. In *Revisiting the entrepreneurial mind* (pp. 13–34). Springer.
- Mahmoud, Mahmoud Abdulai, Blankson, C., Owusu-frimpong, N., Nwankwo, S., Tran, P., Mahmoud, M. A., Blankson, C., Owusu-frimpong, N., Nwankwo, S., Tran, P., & Mahmoud, M. A. (2016). *Market orientation, learning orientation and business performance The mediating role of innovation*. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2015-0057>
- Mahmoud, Mohammed Abdulai, Hinson, R. E., Mahmoud, M. A., & Hinson, R. E. (2012). *Market orientation, innovation and corporate social responsibility practices in Ghana's telecommunication sector*. <https://doi.org/10.1108/17471111211247910>
- 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.
- Marín-Idárraga, D. A., & Cuartas-Marín, J. C. (2019). Relationship between innovation and performance: Impact of competitive intensity and the organizational slack. *RAE Revista de Administracao de Empresas*, 59(2), 95–107. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020190203>
- 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>
- Nisa, R. C., Astuti, E. S., & Prasetya, A. (2016). Pengaruh Manajemen Talenta dan Manajemen Pengetahuan Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Karyawan PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur, Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 39(2), 141–148.
- Nursal, M. F., Rianto, M. R., & Bukhari, E. (2022). *The Influence of Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, Knowledge Management and Learning Organization on Performance Mediated by Innovation in Culinary SME's in Bekasi*. 1(8), 1691–1702.
- Oh, S. (2019). *Effects of organizational learning on performance: the moderating roles of trust in leaders and organizational justice*. 23(2), 313–331. <https://doi.org/10.1108/JKM-02-2018-0087>
- Pérez-Luño, A., Wiklund, J., & Cabrera, R. V. (2011). The dual nature of innovative activity: How entrepreneurial orientation influences innovation generation and adoption. *Journal of Business Venturing*, 26(5), 555–571. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.03.001>
- 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>
- Rafiki, A., & Nasution, F. N. (2019). Business success factors of Muslim women entrepreneurs in Indonesia. *Journal of Enterprising Communities*, 13(5), 584–604. <https://doi.org/10.1108/JEC-04-2019-0034>
- Rahayu, M., & Usman, S. (2019). *ANALISIS KINERJA FINANSIAL DAN NON FINANSIAL MENGGUNAKAN KONSEP BALANCE SCORECARD (BSC) PADA RUMAH SAKIT UMUM DAERAH (RSUD) MANOKWARI*. 4(November), 31–45.
- Rianto, M. R. (2021). Pengaruh Perubahan Strategi Pemasaran, Kepemimpinan Transformasional dan Organisasi Pembelajaran 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., Jasfar, 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., Woestho, C., & Noor, A. W. (2022). *The Role of Mediating Innovation and Social Media: Market Orientation and Entrepreneurial Orientation on the Performance of MSME's Processed by Sea Products in Labuan Village, Banten*. 1(8), 1703–1714.
- Ryadi, N., & Yasa, N. (2016). Kemampuan Inovasi Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Produk IMK Sektor Industri Makanan Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(3), 1915–1941.
- Sirén, C., Hakala, H., Wincent, J., & Grichnik, 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>
- Suratman, D. J. (2021). *Pemasaran Hasil Kelautan Dan Perikanan Di Masa Pandemi Covid-19*. 19.
- Suryawan, I. N. (2020). Management Success Factors in Managing Restaurant Businesses. *Jurnal Ekonomi*, 25(3), 337. <https://doi.org/10.24912/je.v25i3.684>
- Tarhini, A. (2018). *The associations among market orientation, technology orientation, entrepreneurial orientation and organizational performance*. 25(8), 3117–3142. <https://doi.org/10.1108/BIJ-02-2017-0024>
- Tesa Asashi, I. P. G. S. (2017). Juenal. *PERAN INOVASI PRODUK DALAM MEMEDIASI PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PEMASARAN*, 6(4), 1816–1845.
- Vasconcelos, R. B. B. de, Santos, J. F. dos, & Andrade, J. A. de. (2021). Innovation in Micro and Small Enterprises: Resources and Capabilities. *Revista de Administração Contemporânea*, 25(2). <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2021190106.en>
- Widiarta, P. G. K., Mahardika, I. P. D., Nugraha, N. A. S., Tintara, I. D. G. W., & Yasa, N. N. K. (2020). Peran Inovasi Produk Memediasi Orientasi Teknologi Terhadap Keunggulan Bersaing. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 2, 199. <https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i02.p05>
- Zhai, Y. M., Sun, W. Q., Tsai, S. B., Wang, Z., Zhao, Y., & Chen, Q. (2018). An empirical study on entrepreneurial orientation, absorptive capacity, and SMEs' innovation performance: A sustainable perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 10(2). <https://doi.org/10.3390/su10020314>