

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI PEMBELAJARAN, DAN  
KEMAMPUAN INOVASI TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN”.  
“STUDI KASUS PADA UKM BAKPIA DI YOGYAKARTA”**

**JURNAL**



**Ditulis oleh :**

**Nama : Mardelisa Elfandini**  
**Nomor Mahasiswa : 14311016**  
**Jurusan : Manajemen**  
**Bidang Kosentrasi : Operasional**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2018**

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI PEMBELAJARAN, DAN  
KEMAMPUAN INOVASI TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN  
“STUDI KASUS PADA UKM BAKPIA DI YOGYAKARTA”**

**JURNAL**

**ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar  
Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam**

**Indonesia**



Disusun oleh :

**Nama** : Mardelisa Elfandini  
**NIM** : 14311016  
**Jurusan** : Manajemen  
**Bidang Konsentrasi** : Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2018**

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI PEMBELAJARAN, DAN  
KEMAMPUAN INOVASI TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN”.  
“STUDI KASUS PADA UKM BAKPIA DI YOGYAKARTA”**

**Nama : Mardelisa Elfandini**  
**No.Mahasiswa : 14311016**  
**Program Studi : Manajemen**  
**Bidang Konsentrasi : Operasional**



Yogyakarta, Februari 2018

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Dosen Pembimbing,

Siti Nursyamsiah, Dra., M.M

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI PEMBELAJARAN, DAN  
KEMAMPUAN INOVASI TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN”.  
“STUDI KASUS PADA UKM BAKPIA DI YOGYAKARTA”**

Mardelisa Elfandini

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Email : mardelisa96@gmail.com

**Abstrak** – Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar, orientasi pembelajaran, dan kemampuan inovasi terhadap kinerja perusahaan pada UKM Bakpia Yogyakarta. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah UKM Bakpia Yogyakarta dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience simple random sampling* dengan jumlah sampelnya adalah 100 UKM Bakpia di Yogyakarta. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan PLS. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh orientasi pasar yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan, terdapat pengaruh kemampuan inovasi yang positif terhadap kinerja perusahaan, terdapat pengaruh orientasi pembelajaran yang positif terhadap kemampuan inovasi, terdapat pengaruh orientasi pasar yang positif dan signifikan terhadap orientasi pembelajaran dan terdapat pengaruh orientasi pasar yang positif dan signifikan terhadap kemampuan inovasi melalui orientasi pembelajaran.

Kata Kunci : UKM Bakpia, Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran, Kemampuan Inovasi dan Kinerja Perusahaan

**Abstract** - This study aims to determine the effect of market orientation, learning orientation, and the ability of innovation on company performance in SME Bakpia Yogyakarta. The population in this study is SME Bakpia Yogyakarta with sampling technique used is convenience simple random sampling with the number of samples is 100 UKM Bakpia in Yogyakarta. Data analysis method in this research is Structural Equation Modeling (SEM) with PLS. The result of this research proves that there is no influence of positive and significant market orientation toward company performance, there is positive influence of the ability of innovation to company performance, there is influence of positive learning orientation to the ability of innovation, there is influence of positive and significant market orientation toward learning orientation and there is a positive and significant effect of market orientation on the ability of innovation through learning orientation.

*Keywords: UKM Bakpia, Market Orientation, Learning Orientation, Innovation Ability, and Company Performance*

## **I. PENDAHULUAN**

Orientasi pasar dipandang penting sebagai faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Dalam orientasi pasar produsen akan mengetahui keinginan pelanggan, pesaing terkait produk yang diciptakan dan ketertaikan antar fungsi dalam industri. Menurut Narver dan Slater (1990) mendefinisikan orientasi pasar sebagai budaya organisasi yang paling efektif dalam menciptakan perilaku penting untuk penciptaan nilai unggul bagi pembeli serta kinerja dalam bisnis. Sedangkan menurut Uncles (2000) mengartikan orientasi pasar sebagai suatu proses dan aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan dan pemuasan pelanggan dengan cara terus menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan. Jika produsen ingin melakukan proses inovasi produk, maka keadaan pasar harus diperhatikan, guna untuk mengetahui bagaimana karakteristik pelanggan dan pesaing.

Tidak hanya orientasi pasar, orientasi pembelajaran juga dipandang penting dalam kemampuan perusahaan untuk melakukan inovasi produk. Orientasi pembelajaran merupakan filosofi yang dianut oleh suatu perusahaan yang menekankan pembelajaran dalam suatu organisasi. Orientasi pembelajaran akan berkembang baik di dalam suatu organisasi yang melakukan pembelajaran. Didalam organisasi yang berorientasi pembelajaran akan terjadi proses pengembangan kemampuan yang dilakukan secara terus menerus guna untuk menciptakan masa depan yang lebih baik (Schein, 1996).

Inovasi adalah salah satu pilihan korporasi dalam menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan yang berkelanjutan. Freeman (2004) menganggap inovasi sebagai upaya dari perusahaan melalui penggunaan teknologi dan informasi untuk mengembangkan, memproduksi, dan memasarkan produk yang baru untuk industri. Dengan kata lain, inovasi adalah modifikasi atau penemuan ide untuk perbaikan secara terus-menerus serta pengembangan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Dengan mengetahui orientasi pasar, orientasi pembelajaran dan kemampuan inovasi maka akan berdampak pada kinerja suatu perusahaan. Menurut Mangkunegara (2005) mengatakan bahwa kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya yang sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Kinerja dalam hal ini menunjukkan hasil kerja yang dicapai seseorang setelah melaksanakan tugas pekerjaan yang dibebankan oleh suatu organisasi. Sedangkan ukuran baik tidaknya hasil kerja dapat dilihat dari mutu atau kualitas yang dicapai karyawan sesuai dengan tuntutan organisasi.

Kota Yogyakarta merupakan kota wisata dengan latar belakang budaya, makanan khas, barang kerajinan, tempat wisata. Makanan khas kota Yogyakarta merupakan oleh-oleh yang banyak diminati oleh wisatawan. Hal ini menjadi peluang bagi usaha kecil menengah (UKM) untuk mengembangkan usahanya. Bakpia merupakan salah satu makanan khas kota Yogyakarta yang menjadi pilihan para wisatawan sebagai oleh-oleh (buah tangan). Perkembangan bakpia sebagai komoditi dagang di industri makanan dan kuliner yang berkembang pesat di kota Yogyakarta. Perkembangan ini terjadi seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang berlibur ke kota Yogyakarta, sehingga industri bakpia sebagai industri kuliner yang berkembang mengikuti jumlah permintaan konsumen yang meningkat. Dampak positif dari perkembangan ini juga meningkatkan jumlah usaha kecil menengah (UKM) yang memproduksi bakpia, dimana keberadaan UKM ini membantu menciptakan lapangan pekerjaan tersendiri. Berdasarkan latar belakang uraian diatas, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran, dan Kemampuan Inovasi terhadap Kinerja Perusahaan”**.

## **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian secara umum untuk memberikan tambahan ilmu pengetahuan bahwa meningkatkan inovasi produk dalam setiap produk bakpia merupakan hal yang akan memberikan manfaat untuk perusahaan terkait Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran, dan Kemampuan Inovasi terhadap Kinerja Perusahaan sedangkan tujuan khusus dari penelitiannya adalah :

1. Untuk mengetahui apakah Orientasi Pasar berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan.
2. Untuk mengetahui apakah Kemampuan Inovasi berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan.
3. Untuk mengetahui apakah Orientasi Pembelajaran berpengaruh positif terhadap Kemampuan Inovasi.
4. Untuk mengetahui apakah Orientasi pasar berpengaruh positif terhadap Orientasi Pembelajaran.
5. Untuk mengetahui apakah Orientasi Pasar berpengaruh positif terhadap Kemampuan Inovasi melalui Orientasi Pembelajaran

## **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat baik dalam akademis dan taktis, diantaranya adalah :

### **a. Secara Penulis**

Sebagai bentuk dari hasil konkrit dan nyata dari proses pembelajaran selama proses perkuliahan di UII dalam bidang manajemen operasional, khususnya pembelajaran terkait penelitian yang saya teliti yaitu pengaruh orientasi pasar, orientasi pembelajaran, kemampuan inovasi, dan kinerja perusahaan.

### **b. Secara Teoritis**

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari dan menerapkan pembelajaran terkait Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran, Kemampuan Inovasi, dan Kinerja Perusahaan.



c. Secara Praktis

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan atau UKM yang akan dan telah melakukan inovasi produk dengan memperhatikan faktor orientasi pasar dan orientasi pembelajaran yang berdampak pada meningkatnya kinerja perusahaan.

## **II. URAIAN PENELITIAN**

### **Industri UKM Bakpia di Yogyakarta**

Permintaan konsumen yang beragam berdampak pada UKM bakpia yang harus melakukan berbagai strategi pemasaran guna mempertahankan pangsa pasar, salah satunya adalah melakukan inovasi produk. Kemampuan UKM bakpia dalam melakukan inovasi terlihat pada mengembangkan kemasan, varian rasa, inovasi produk, kinerja karyawan, strategi penjualan, dan juga segmen pasarnya. Hal ini dilakukan menarik minat konsumen dan menghadapi persaingan dengan produsen bakpia lainnya, mengingat berkembangnya bakpia sebagai industri kuliner dan pasar makanan yang menjanjikan.

### **Indikator UKM Bakpia di Yogyakarta**

#### **Orientasi Pasar, ( $X_1$ )**

Menurut Uncles (2000) mengartikan orientasi pasar sebagai suatu proses dan aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan dan pemuasan pelanggan dengan cara terus menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan.

#### **Orientasi Pembelajaran, ( $X_2$ )**

Orientasi pembelajaran menunjukkan bahwa kapabilitas organisasi yang mendasarkan pada asumsi lama di pasar yaitu perusahaan yang berfokus pada kejadian atau perubahan lingkungan, yang mana akan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan (Hardley dan Mavondo, 2000).

### **Kemampuan Inovasi, (X<sub>3</sub>)**

Freeman (2004) menganggap inovasi sebagai upaya dari perusahaan melalui penggunaan teknologi dan informasi untuk mengembangkan, memproduksi, dan memasarkan produk yang baru untuk industri. Dengan kata lain, inovasi adalah modifikasi atau penemuan ide untuk perbaikan secara terus-menerus serta pengembangan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

### **Kinerja Perusahaan, (Y)**

Menurut Mangkunegara (2005) mengatakan bahwa kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya yang sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Kinerja dalam hal ini menunjukkan hasil kerja yang dicapai seseorang setelah melaksanakan tugas pekerjaan yang dibebankan oleh suatu organisasi. Sedangkan ukuran baik tidaknya hasil kerja dapat dilihat dari mutu atau kualitas yang dicapai karyawan sesuai dengan tuntutan organisasi.

### **Orientasi Pembelajaran, (Z<sub>1</sub>)**

Orientasi pembelajaran menunjukkan bahwa kapabilitas organisasi yang mendasarkan pada asumsi lama di pasar yaitu perusahaan yang berfokus pada kejadian atau perubahan lingkungan, yang mana akan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan (Hardley dan Mavondo, 2000).

### **Kemampuan Inovasi, (Z<sub>2</sub>)**

Freeman (2004) menganggap inovasi sebagai upaya dari perusahaan melalui penggunaan teknologi dan informasi untuk mengembangkan, memproduksi, dan memasarkan produk yang baru untuk industri. Dengan kata lain, inovasi adalah modifikasi atau penemuan

ide untuk perbaikan secara terus-menerus serta pengembangan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan

### III. METODE PENELITIAN

#### Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah convenience simple random sampling yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2010). Adapun jumlah sampelnya adalah 100 UKM Bakpia di Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan pada UKM bakpia di Yogyakarta, diantaranya yaitu bakpia 54, bakpia 17, bakpia 543, bakpia eny, bakpia 39, bakpia ayu, bakpia 526, bakpia 579, bakpia yessica, bakpia ruli, bakpia fadhila, bakpia dewa, bakpia kurnia, bakpia aji, bakpia aji, bakpia sagita, bakpia 145, bakpia asli, bakpia pathuk umi, bakpia pathuk 28, bakpia pathuk valen, bakpia dhiyat, bakpia patuk purnama, bakpia yola, bakpia wariso, bakpia 731, bakpia wijaya dan lain-lain.

#### Penentuan Jumlah Sampel

Dalam menentukan jumlah sampel menurut Djarwanto et al. (2000) parameter yang diukur adalah nilai proporsi. Sampel yang diperlukan dengan tingkat keyakinan menaksir yaitu 95 % dalam tabel distribusi normal yaitu 1.96 dan kesalahan menaksir yang dilakukan peneliti tidak lebih dari 10 % atau 0.1. sehingga diperoleh :

$$\text{Rumus } n = 0.25 \left( \frac{Z}{E} \right)^2$$

Diketahui     n : Jumlah sampel

                  Z : Angka normal standart

                  E : Tingkat eror menaksir

$$\begin{aligned} \text{Total Sampel} &= 0.25 \left( \frac{1.96}{0.1} \right)^2 \\ &= 96.04 \end{aligned}$$

Sehingga jumlah sampel minimum sebesar 96 UKM Bakpia di kota Yogyakarta.

### **Analisis Data Kuantitatif**

Analisis data kuantitatif adalah analisa yang menggunakan angka-angka dan perhitungan statistik deskriptif untuk menghasilkan gambaran secara jelas mengenai suatu peristiwa atau keadaan, Uji yang digunakan yaitu Uji Validitas dan Uji reliabilitas.

### **Analisis *Structural Equation Modeling* (SEM)**

Adapun alat analisis yang digunakan adalah metode *Partial Least Square* (PLS) dan dibantu dengan software smart PLS 3.0. Ada dua tahap pengujian dalam PLS, yaitu *outer model* dan *inner model*.

### **Pengujian Hipotesis dengan Uji Parsial (Uji t)**

Pembuktian hipotesis dapat pula menggunakan uji t untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen (X) secara parsial atau individual terhadap variabel dependen (Y) (Ghozali, 2005).

## **IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Validitas**

Nilai  $r_{hitung}$  dari semua item pada validitas  $> r_{tabel}$ , maka butir-butir instrumen penelitian tersebut dinyatakan valid. Sehingga semua butir instrumen pertanyaan yang berhubungan dengan variabel orientasi pasar, orientasi teknologi, orientasi kewirausahaan, kekuatan pasar, inovasi dan kinerja perusahaan dinyatakan valid sehingga pertanyaan-pertanyaan yang tertuang dalam angket penelitian dapat digunakan dalam penelitian.

### **Uji Reliabilitas**

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung besarnya nilai Cronbach's *Alpha* dan *composite reliability* instrumen dari masing-masing variabel yang diuji. Apabila nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih besar dari 0,60, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan *reliabel*. Jika nilai *Cronbachs Coefficient Alpha* lebih kecil 0,60, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan tidak *reliable*.

### **Koefisien Determinasi Berganda**

Nilai koefisien determinasi pada orientasi pasar mampu menjelaskan variabilitas konstruk orientasi pembelajaran sebesar 48%, sisanya 52% diterangkan oleh konstruk lainnya diluar yang diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan orientasi pembelajaran mampu menjelaskan variabilitas konstruk kemampuan inovasi sebesar 75,3%, sisanya 24,7% diterangkan oleh konstruk lainnya yang diluar yang diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan orientasi pasar, orientasi pembelajaran dan kemampuan inovasi mampu menjelaskan

variabilitas kontrak kinerja perusahaan sebesar 74,6%, sisanya 25,4% diterangkan oleh kontrak lainnya yang diluar yang diteliti dalam penelitian ini.

### Uji Parsial (Uji t)

1. Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan

H0:  $b_1 = 0$  Tidak ada pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan

H1:  $b_1 \neq 0$  ada pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada tabel diatas, diperoleh nilai *p-value* hasil uji-t dari variabel orientasi pasar sebesar 0,428. Dikarenakan nilai *p-value* lebih kecil dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau ( $0,428 > 0,05$ ), maka  $H_1$  diterima; yang berarti tidak ada pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi produk.

2. Pengaruh kemampuan inovasi terhadap kinerja perusahaan

H0:  $b_2 = 0$  Tidak ada pengaruh kemampuan inovasi terhadap kinerja perusahaan

H1:  $b_2 \neq 0$  ada pengaruh kemampuan inovasi terhadap kinerja perusahaan

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada tabel diatas, diperoleh nilai *p-value* dari variabel kemampuan inovasi sebesar 0,000. Dikarenakan nilai *p-value* lebih kecil dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau ( $0,000 < 0,05$ ), maka nilai koefisien beta tersebut signifikan. Dengan demikian  $H_1$  diterima; yang berarti ada pengaruh kemampuan inovasi terhadap kinerja perusahaan.

3. Pengaruh orientasi pembelajaran terhadap kemampuan inovasi

H0:  $b_3 = 0$  Tidak ada pengaruh orientasi pembelajaran terhadap kemampuan inovasi

H1:  $b_3 \neq 0$  ada pengaruh orientasi pembelajaran terhadap kemampuan inovasi

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada tabel diatas, diperoleh nilai *p-value* dari variabel orientasi pembelajaran sebesar 0,000. Dikarenakan nilai *p-value* lebih kecil dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau ( $0,000 < 0,05$ ), maka koefisien beta tersebut signifikan. Dengan demikian  $H_1$  diterima; yang berarti ada pengaruh orientasi pembelajaran terhadap kemampuan inovasi.

4. Pengaruh orientasi pasar terhadap orientasi pembelajaran

H0:  $b_4 = 0$  Tidak ada pengaruh orientasi pasar terhadap orientasi pembelajaran

H1:  $b_4 \neq 0$  ada pengaruh orientasi pasar terhadap orientasi pembelajaran

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada tabel diatas, diperoleh nilai *p-value* dari variabel orientasi pasar sebesar 0,000. Dikarenakan nilai *p-value* lebih kecil dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau ( $0,000 < 0,05$ ), maka koefisien beta tersebut signifikan. Dengan demikian  $H_1$  diterima; yang berarti ada pengaruh orientasi

pasar terhadap orientasi pembelajaran.

5. Pengaruh orientasi pasar terhadap kemampuan inovasi melalui orientasi pembelajaran  
H0:  $b_5 = 0$  Tidak ada pengaruh orientasi pasar terhadap kemampuan inovasi melalui orientasi pembelajaran  
H1:  $b_5 \neq 0$  ada pengaruh orientasi pasar terhadap kemampuan inovasi melalui orientasi pembelajaran

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada tabel diatas, diperoleh nilai *p-value* dari variabel orientasi pasar sebesar 0,000. Dikarenakan nilai *p-value* lebih kecil dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau ( $0,000 < 0,05$ ), maka koefisien beta tersebut signifikan. Dengan demikian  $H_1$  diterima; yang berarti ada pengaruh orientasi pasar terhadap kemampuan inovasi melalui orientasi pembelajaran.

## V. PENUTUP

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh orientasi pasar tidak terbukti memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hal ini dibuktikan dari hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *p-value* lebih besar dari tingkat signifikansi, maka hipotesis yang menyatakan bahwa “tidak terdapat pengaruh orientasi pasar yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan”
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kemampuan inovasi secara positif terhadap kinerja perusahaan, hal ini dibuktikan dari hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *p-value* lebih kecil dari tingkat signifikansi maka hipotesis yang menyatakan bahwa “terdapat pengaruh kemampuan inovasi yang positif terhadap kinerja perusahaan”.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh orientasi pembelajaran secara positif berpengaruh terhadap kemampuan inovasi, hal ini dibuktikan dari nilai *p-value* lebih kecil dari tingkat signifikansi, maka hipotesis yang menyatakan bahwa “terdapat pengaruh orientasi pembelajaran yang positif terhadap kemampuan

inovasi.”

4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh orientasi pasar secara positif berpengaruh terhadap orientasi pembelajaran, hal ini dibuktikan dari nilai *p-value* lebih kecil dari tingkat signifikansi, maka hipotesis yang menyatakan bahwa “terdapat pengaruh orientasi pasar yang positif dan signifikan terhadap orientasi pembelajaran”.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh orientasi pasar secara positif berpengaruh terhadap kemampuan inovasi melalui orientasi pembelajaran, hal ini dibuktikan dari nilai *p-value* lebih kecil dari tingkat signifikansi, maka hipotesis yang menyatakan bahwa “terdapat pengaruh orientasi pasar yang positif dan signifikan terhadap kemampuan inovasi melalui orientasi pembelajaran.”

## **SARAN**

Berdasarkan kesimpulan diatas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi UKM bakpia di Yogyakarta sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari analisis data menggunakan PLS diperoleh hasil bahwa orientasi pasar tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Maka disarankan agar untuk kedepannya diharapkan UKM bakpia lebih memperhatikan orientasi pasar khususnya pada indikator harga produk yang sesuai dengan harapan konsumen tanpa mengurangi kualitas produk yang ditawarkan guna meningkatkan keuntungan.
2. Berdasarkan nilai koefisien determinasi secara keseluruhan diperoleh pengaruh variabel orientasi pasar, orientasi pembelajaran dan kemampuan inovasi mampu memberikan kontribusi sebesar 74,6%. Meskipun nilai ini dianggap besar memberikan kontribusi terhadap kinerja perusahaan masih terdapat variabel lain sebesar 25,4% yang dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti, sehingga disarankan untuk penelitian selanjutnya peneliti menambahkan atau



mengganti variabel lain, guna memaksimalkan kinerja perusahaan pada UKM bakpia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, Sensi Tribuana. (2006). *Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran*. Semarang: Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro.
- Diponugroho, Andrawan. (2015). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kemampuan Inovasi terhadap Minat Beli Ulang Dengan Daya Tarik Produk Sebagai Variabel Intervening*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Duan, Yanling dan Zhang, Jing. (2010). *Empirical Study on The Impact of Market orientation and Innovation Orientation on New Product Performance of Chinese Manufacturers*. Nankai Business Review International Vol.1, No.2.
- Junusi, El Rahman. (2012). *Pengaruh Orientasi Pembelajaran, Motivasi Kerja dan Komitmen terhadap Kinerja Madrasah Swasta di Kota Semarang*. Vol.2, Edisi.2.
- Keskin, Halit. (2006). *Market Orientation, Learning Orientation, and Innovation Capabilities in SMEs*. European Journal of Innovation Management Vol.9, No.4
- Mahmoud, Mahmoud Abdulai., Blankson, Charles., Frimpong, Nana Owusu., Nwankwo, Sonny., Trang, Tran P. (2016). *Market Orientation, Learning Orientation and Business Performance*. International Journal of Bank Marketing Vol.34, No.5.
- Sanida, Nuris. (2017). *Analisis Pengukuran Kinerja Perusahaan dengan Konsep Balanced Scorecard*. Bandar Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
- Sarjita. (2017). *Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi produk terhadap Kinerja Pemasaran Pada Sentra Industri Kecil Pembuatan Bakpia di Kabupaten Bantul*. Vol.4, No. 2. Yogyakarta: Akademi Manajemen Administrasi YPK.
- Silva, Graca Miranda., Gomes, Paulo J., Lages, Luis Filipe., Pereira, Zulema Lopes. (2014). *The Role of TQM in Strategic Product Innovation: an Empirical Assessment*. International Journal of Operations & Production Management Vol.34, No.10.
- Sismanto, Adi. (2006). *Analisis Pengaruh Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar dan Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran*. Semarang: Program Pasca Sarjana Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Sukirman. (2012). *Analisis Pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Perkembangan Kewirausahaan Usaha Kecil Jenang Kudus di Kabupaten Kudus*. Kudus: Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
- Sukmadi. (2016). *Inovasi dan Kewirausahaan*. Bandung: Humaniora Utama Press.

- Sutanto, JE. (2009). *Pengaruh orientasi Pembelajaran, Kemampuan Produksi, dan Orientasi Pasar terhadap Strategi Bisnis dan Kinerja Bisnis*. Vol.13, No.2. Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Ciputra.
- Valle, Raquel Sanz dan Jimenez, Jimenez Daniel., Espallardo, Miguel Hernandez. (2008). *Fostering Innovation The Role of Market Orientation and Organizational Learning*. European Journal of Innovation Vol. 11, No.3.
- Widarti, Dyah Tri. (2011). *Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran*. Semarang: Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Wiyono, Gendro. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 dan Smart PLS 2.0*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan STIM YKPN.