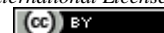


### Analisis Orientasi Pasar dan Kemampuan Inovasi terhadap Daya Saing UMKM (Survei UMKM Makanan Ringan di Kota Sukabumi)

Nugi M. Ramdani<sup>1\*</sup>, R. Deni Muhammad Danial<sup>2</sup>, dan Asep Muhamad Ramdan<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Muhammadiyah Sukabumi, Indonesia

*Journal of Economics and Management Sciences is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.*



#### ARTICLE HISTORY

Received: 04 June 25

Final Revision: 03 July 25

Accepted: 04 July 25

Online Publication: 30 September 25

#### KEYWORDS

Market Orientation, Innovation Ability, Competitiveness of MSMEs, Business Performance, Business Environment

#### ABSTRACT

This study aims to determine the effect of market orientation and innovation capability on the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Sukabumi City. This study will also help overcome the problems faced by MSMEs and encourage inclusive and sustainable economic growth. In addition, the large number of MSMEs that do not yet exist makes Indonesian MSMEs have high competitiveness, which face both internal and external obstacles that make these MSMEs considered less competitive in encouraging economic growth and community income. The object of this research was carried out at MSMEs in Sukabumi City. The approach used was the quantitative method, the number of population and the number of samples were all MSMEs in the research location totaling 95 people with a sampling technique using a purposive sampling technique. The data collection procedure used the observation method and questionnaire distribution with Likert scale measurements. The data analysis technique in this study was testing the research instrument, testing the classical assumptions, multiple linear regression analysis and hypothesis testing using the SPSS ver. 26 application. The results of the study showed that individually, market orientation and innovation capability had a positive and significant effect on competitiveness. In addition, the results of the simultaneous test make it clear that both variables together have a significant influence on competitiveness. This shows that the combination of understanding between good market understanding and the ability to continue to innovate in increasing the competitiveness of Snack Food MSMEs in Sukabumi City.

#### KATA KUNCI

Orientasi Pasar, Kemampuan Inovasi, Daya Saing UMKM, Kinerja Bisnis, Lingkungan Bisnis

#### CORRESPONDING AUTHOR

nugimuhammad7@ummi.ac.id

#### DOI

10.37034/jems.v7i4.126

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar dan kemampuan inovasi terhadap daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Sukabumi. Penelitian ini juga akan membantu mengatasi masalah yang dihadapi UMKM dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Selain itu, banyak UMKM yang belum eksis membuat UMKM Indonesia memiliki daya saing yang tinggi, yang menghadapi kendala baik internal maupun eksternal yang membuat UMKM tersebut dinilai kurang kompetitif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan pendapatan masyarakat. Objek penelitian ini dilaksanakan di UMKM Kota Sukabumi. Pendekatan yang dilakukan yaitu metode kuantitatif, jumlah populasi dan jumlah sampel adalah seluruh UMKM di Lokasi penelitian yang berjumlah 95 orang dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampel *purposive sampling*. Prosedur pengumpulan data menggunakan metode observasi dan penyebaran kuesioner dengan pengukuran skala Likert. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah pengujian instrumen penelitian, pengujian asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis dengan menggunakan aplikasi SPSS ver. 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya secara individual, orientasi pasar dan kemampuan inovasi berpengaruh positif serta signifikan terhadap daya saing. Selain itu, hasil uji simultan memperjelas bahwa kedua variabel secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap daya saing. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi pemahaman antara pemahaman pasar yang baik dan kemampuan untuk terus berinovasi dalam meningkatkan daya saing UMKM Makanan Ringan di Kota Sukabumi.

#### 1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Di Indonesia, sektor UMKM merupakan

tulang punggung perekonomian, memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan nasional dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat. Peran UMKM dalam pembangunan ekonomi Indonesia sangat penting karena UMKM mengidentifikasi potensi dan

hambatan mereka serta mengembangkan strategi untuk mendorong pertumbuhan dan daya saing. Penelitian ini juga akan membantu mengatasi masalah yang dihadapi UMKM dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan [1].

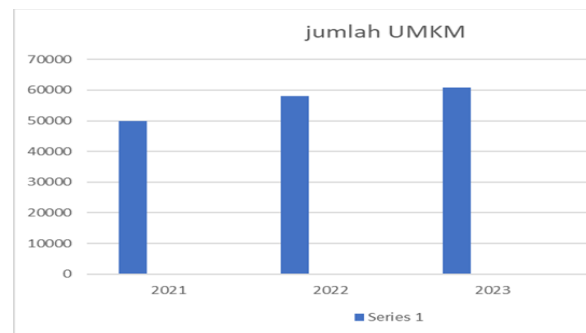
Selain itu, banyak UMKM yang belum eksis membuat UMKM Indonesia memiliki daya saing yang tinggi, yang menghadapi kendala baik internal maupun eksternal yang membuat UMKM tersebut dinilai kurang kompetitif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan pendapatan masyarakat [2]. Namun, perusahaan-perusahaan di sektor ini tampaknya masih kesulitan menghadapi penurunan jumlah usaha kecil dan menengah (UMKM) yang disebabkan oleh rendahnya daya saing mereka [3].

Namun perusahaan-perusahaan di sektor ini tampaknya masih kesulitan menghadapi penurunan jumlah usaha kecil dan menengah (UMKM) yang disebabkan oleh rendahnya daya saing mereka. Perusahaan ditargetkan dapat memperluas konsumen dan menjangkau pasar yang lebih besar dibandingkan metode pemasaran tradisional yang memakan waktu [4]. *kemampuan inovasi* menurut mengatakan inovasi suatu usaha bisnis tidak akan bisa berjalan ketika menghadapi tantangan Semakin canggih teknologi semakin berturunnya pula industri lama yang menurun, dengan adanya inovasi dapat menciptakan terobosan baru dalam menghasilkan sebuah produk baru [5].

Peran orientasi pasar juga menjadi kunci dalam meningkatkan nilai unggul kepada pelanggan diperlukan identifikasi kebutuhan pasar terhadap konsumen dengan mengacu pada keterlibatan seluruh bagian dari perusahaan [6]. Organisasi yang paling efektif dan efisien dalam menciptakan perilaku yang diperlukan untuk menghasilkan nilai superior bagi pembeli. Dengan demikian, kinerja bisnis yang unggul terus menerus dapat tercapai [7].

Kota Sukabumi merupakan daerah yang memiliki potensi besar bagi pengembangan usaha kecil dan menengah. Dinas Koperasi UKM, perdagangan dan perindustrian kota Sukabumi tentunya memiliki peran penting, khususnya bagi UMKM dalam melakukan pendataan, memberikan penjelasan, pelatihan, promosi, pelayanan serta pengawasan untuk meningkatkan pemberdayaan UMKM di kota Sukabumi. Hal ini dilakukan sesuai dengan tugas pokok dan fungsi bagian dari Sukabumi, peran strategis bagi usaha kecil dan menengah di wilayah tersebut.

Berdasarkan Gambar 1, didapat hasil bahwa jumlah UMKM di Kota Sukabumi menunjukkan tren positif dengan pertumbuhan yang signifikan. Pada tahun 2021 tercatat 50.000 UMKM, meningkat menjadi 58.000 pada tahun 2022, dan mencapai 60.865 UMKM pada tahun 2023.



Gambar 1. Jumlah UMKM di Kota Sukabumi

*Research gap* pada penulisan ini terjadi beberapa kesenjangan dari studi terdahulu. Penelitian tertentu menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif terhadap daya saing [8]. Selain itu, penelitian berbeda menyatakan bahwa orientasi pasar tidak menunjukkan pengaruh yang sama [9]. Sedangkan dalam penelitian sebelumnya menyatakan kemampuan inovasi menyatakan bahwa inovasi pada usaha mikro berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing [10]. Sementara itu penelitian menunjukkan bahwa kemampuan inovasi dalam proses produksi tidak memberikan dampak signifikan terhadap daya saing usaha mikro [11].

Manajemen merupakan kumpulan ilmu tentang penyusunan, pengimplementasian, tentang serangkaian-serangkaian keputusan yang efektif yang di rumuskan dari suatu organisasi antar sumber daya manusia dan keahlian-keahlian untuk meminimalkan dampak risiko dan mencapai tujuan arah perusahaan [12]. Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan, manajemen juga dapat diartikan untuk mengefektifkan dan mengefisiensikan pendayagunaan segala sumber daya yang tersedia guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan [13].

Manajemen strategi adalah analisis dan keputusan untuk membuat dan mempertahankan persaingan kompetitif sebagaimana yang dikemukakan bahwa, manajemen strategi sebagai analisis, keputusan, dan aksi yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif [14]. Manajemen strategis adalah perspektif yang menekankan pentingnya organisasi memberikan perhatian lebih besar pada formulasi strategi dan perubahan lingkungan ini menjadi pertimbangan bagi semua organisasi untuk memiliki strategi yang tepat [12].

*Applied Theory* yang di gunakan dalam penelitian ini mencakup daya saing sebagai variabel dependen, lalu orientasi dan kemampuan inovasi sebagai variabel independen [2]. Daya saing merujuk pada kemampuan suatu perusahaan untuk beradaptasi dan bersaing secara efektif dengan perusahaan lain, sehingga dapat

mencapai posisi kompetitif yang menguntungkan [15], [16]. Kemampuan inovasi merupakan penciptaan produk baru atau modifikasi produk lama menjadi produk baru yang berfokus pada desain *packaging*, varian dan kualitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga menjadikan produk lebih bernilai dan selangkah lebih maju dari pesaingnya [17].

## 2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan metode yang sudah mapan bisa dijelaskan dengan memetik rujukan. Pada penelitian ini, hubungan keterikatan antar satu variabel atau lebih yang akan dianalisis yaitu pengaruh orientasi pasar dan kemampuan inovasi terhadap daya saing pada UMKM di kota Sukabumi. Data yang dipakai berasal dari sumber primer, yaitu UMKM di Kota Sukabumi Metode yang digunakan dalam pengumpulan data melalui kuesioner Google Form. Pengukuran instrumen dikembangkan dengan menggunakan skala Likert.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan uji hipotesis dan memerlukan data untuk menentukan langkah-langkah yang akan dilakukan. Hal ini mencakup pemahaman terhadap karakteristik populasi yang menjadi objek penelitian. Dengan kata lain, semua subjek penelitian, sumber data, dan sumber yang akan dijadikan sumber pengumpulan data termasuk dalam populasi yang akan diselidiki. Pada penelitian ini populasi yang akan diteliti adalah UMKM Makanan Ringan di Kota Sukabumi

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Jika jumlah subyeknya besar maka dapat diambil antara 10 - 25% atau 20 - 25% lebih. Dengan demikian mengenai jumlah sampel dalam suatu penelitian tidak ada ketentuan yang pasti untuk dijadikan syarat dapat mewakili seluruh populasi. Maka dari itu penulis menggunakan 25% didapatkan 95 UMKM yang akan dijadikan sampel penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari sumber pertama melalui metode seperti observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner (angket). Sementara itu, data sekunder diperoleh dari sumber-sumber yang sudah ada sebelumnya, seperti melalui studi Pustaka dan dokumentasi yang relevan dengan topik penelitian.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Sebelum melakukan analisis untuk menguji hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji instrumen yang mencakup uji validitas dan uji reliabilitas. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik, yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Analisis dilanjutkan dengan uji koefisien determinasi, uji f, serta uji hipotesis melalui uji

T. Seluruh proses analisis data dalam penelitian ini dibantu dengan perangkat lunak SPSS versi 26.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1. Deskripsi Responden

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 67 orang, sedangkan responden laki-laki berjumlah 28 orang. Berdasarkan rentang usia, responden didominasi oleh kelompok usia 36–45 tahun sebanyak 47 orang. Sementara itu, jumlah responden paling sedikit berada pada kelompok usia di atas >45 tahun, yaitu sebanyak 8 orang. Dari segi domisili, responden paling banyak berasal dari Kecamatan Warudoyong sebanyak 23 orang, sedangkan responden paling sedikit berasal dari Kecamatan Baros sebanyak 7 orang.

### 3.2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas dilaksanakan untuk menilai tiap variabel yang ditetapkan di dalam penelitian ini, dengan melibatkan 95 responden. Penentuan signifikansi validitas mengacu pada pendapat yang menyatakan bahwa suatu indikator dikatakan valid jika memiliki nilai korelasi lebih dari 0,5, dan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6 [18]. Hasil dari pengujian validitas dan reliabilitas pada Tabel 1. Seluruh indikator memiliki nilai validitas di atas 0,5, yang menandakan bahwa indikator tersebut tepat dalam mengukur konstruk atau variabel yang dimaksud. Sementara itu, nilai reliabilitas masing-masing variabel juga melebihi angka 0,6, yang menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan menghasilkan data yang konsisten dan stabil jika dilakukan pengukuran berulang.

Tabel 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Item	Validitas	Reliabilitas
Orientasi Pasar	X1.1	0,726	0,846
	X1.2	0,715	
	X1.3	0,553	
	X1.4	0,666	
	X1.5	0,753	
	X1.6	0,743	
	X1.7	0,695	
	X1.8	0,671	
	X1.9	0,669	
Kemampuan Inovasi	X2.1	0,669	0,863
	X2.2	0,656	
	X2.3	0,724	
	X2.4	0,729	
	X2.5	0,679	
	X2.6	0,632	
	X2.7	0,787	
	X2.8	0,675	
	X2.9	0,624	
Daya Saing	Y1	0,782	0,879
	Y2	0,656	
	Y3	0,667	
	Y4	0,799	
	Y5	0,654	
	Y6	0,607	
	Y7	0,752	

Y8	0,667
Y9	0,779

### 3.3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang dikumpulkan memiliki pola distribusi normal atau tidak. Idealnya, data yang baik mengikuti distribusi normal. Untuk menguji hal ini, digunakan metode Kolmogorov-Smirnov dengan memperhatikan nilai *Asymp. Sig (2-tailed)*. Apabila nilai signifikansi *Asymp. Sig (2-tailed)* melebihi angka 0,05, maka data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada Tabel 2. Berdasarkan hasil pengujian normalitas untuk variabel Orientasi Pasar (X1) dan Kemampuan Inovasi (X2) terhadap Daya Saing (Y) menunjukkan nilai sebesar 0,200. Karena nilai tersebut lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

### 3.4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi antar variabel independen dalam analisis regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami masalah

multikolinearitas. Pengujian ini dilakukan dengan memperhatikan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Jika nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model tersebut. Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 3, nilai *tolerance* diperoleh sebesar 0,988, sementara nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* sebesar 1,012. Hal ini menunjukkan bahwa antara variabel Orientasi Pasar dan Kemampuan Inovasi tidak memiliki hubungan linear, karena nilai *tolerance* melebihi 0,1 dan nilai VIF masih berada dibawah 10,0.

Tabel 2. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,00000000
	Std. Deviation	3,40352765
Most Extreme Differences	Absolute	0,07500000
	Positive	0,04800000
	Negative	-0,07500000
Test Statistic		0,07500000
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,2000000 <sup>c,d</sup>

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	4,593	4,220		1,088	0,279		
1 Empowering Leadership	0,481	0,090	0,443	5,324	0,000	0,998	1,012
Person-Organization Fit	0,384	0,085	0,374	4,494	0,000	0,998	1,012

### 3.5. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengevaluasi apakah varians residual dalam model regresi bersifat konsisten di seluruh observasi. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode Glejser, yaitu meregresikan variabel independen terhadap nilai absolut dari residual. Apabila nilai signifikansi yang dihasilkan

lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model tidak mengalami masalah heteroskedastisitas. Hasil pengujian pada Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel Orientasi Pasar adalah 0,309, sedangkan untuk variabel Kemampuan Inovasi adalah 0,588. Karena kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	5,683	2,543		2,235	0,028
1 Empowering Leadership	-0,056	0,054	-0,106	-1,023	0,309
Person-Organization Fit	-0,028	0,051	-0,057	-0,543	0,588

### 3.6. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi linear terdapat korelasi antar residual pada periode t dengan residual pada periode t-1. Model regresi yang baik ialah model regresi yang di dalamnya tidak ditemukan suatu masalah autokorelasi. Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 1,686. Sementara itu berdasarkan Durbin-Watson yang didapat, dengan jumlah variabel independen (k=2) dan

total sampel (n=95), diperoleh nilai dU = 1,6015. Karena nilai Durbin-Watson lebih besar dari dU namun masih berada dalam rentang dU < DW < 4-dU, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi dalam penelitian ini.

Tabel 5. Uji Autokorelasi dan Koefisien Determinasi

Model	R		Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	R	Square			
1	0,610 <sup>a</sup>	0,327	0,358	3,44032	1,686

## 3.7. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk menilai sejauh mana model regresi mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai  $R^2$  berkisar antara 0 sampai 1, di mana semakin mendekati angka 1, maka semakin besar kemampuan model dalam menjelaskan perubahan pada variabel terikat. Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 5, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,372, yang berarti 37,2% variasi dalam Daya Saing (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Orientasi Pasar ( $X_1$ ) dan Kemampuan Inovasi ( $X_2$ ). Sementara itu, sisanya sebesar 62,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen lemah.

## 3.8. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Penentuan hasil uji didasarkan pada nilai signifikansi (Sig.); jika nilai tersebut kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dari hasil uji simultan (Uji F) pada Tabel 6 menunjukkan bahwa model regresi ini signifikan secara simultan, ditunjukkan oleh nilai F hitung > F tabel ( $27,217 > 3,095$ ). Artinya, secara bersama-sama Orientasi Pasar dan Kemampuan Inovasi berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing, sehingga model regresi ini layak digunakan.

Tabel 6. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	644,262	2	322,131	27,217	0,00 <sup>b</sup>
1 Residual	1088,896	92	11,836		
Total	1733,158	94			

## 3.9. Regresi Linier Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen secara bersamaan. Dalam penelitian ini, variabel independen yang dianalisis meliputi Orientasi Pasar ( $X_1$ ), dan Kemampuan Inovasi ( $X_2$ ), sementara variabel dependennya adalah Daya Saing (Y). Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui sejauh mana masing-masing variabel independen berpengaruh, baik secara parsial maupun simultan, terhadap variabel dependen. Pada perhitungan persamaan regresi linear berganda pada Tabel 7, diperoleh Persamaan 1.

$$Y = 4,593 + 0,481 + 0,384 \quad (1)$$

Persamaan tersebut menunjukkan nilai konstanta sebesar 4,593. artinya apabila nilai Orientasi Pasar meningkat sebesar satu satuan, maka nilai Daya Saing akan meningkat sebesar 0,481, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Begitu pula, apabila nilai Kemampuan Inovasi meningkat satu satuan, maka Daya Saing akan meningkat sebesar 0,384. Nilai koefisien menunjukkan bahwa keduanya memiliki pengaruh positif, dengan pengaruh Kemampuan Inovasi yang lebih besar

Tabel 7. Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	4,593	4,220		1,088	0,016	
1 Orientasi pasar	0,481	0,090	0,443	5,324	0,000	
Kemampuan inovasi	0,384	0,085	0,374	4,494	0,000	

## 3.10. Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk menilai sejauh mana masing-masing variabel independen secara individu memengaruhi variabel dependen secara parsial. Dalam proses pengambilan keputusan, apabila nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05, maka variabel independen tersebut dianggap memiliki pengaruh yang signifikan

terhadap variabel dependen. Dari hasil pengujian T nilai signifikansi pengaruh Orientasi Pasar ( $X_1$ ) terhadap Daya Saing (Y) pada Tabel 8 adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung 5,324 > nilai t table 1,661 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya terdapat pengaruh Orientasi Pasar ( $X_1$ ) terhadap Daya Saing (Y) secara signifikan.

Tabel 8. Uji T  $X_1$  Terhadap Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	4,593	4,220		1,088	0,279	
Orientasi Pasar	0,481	0,090	0,443	5,324	0,000	

Selanjutnya, nilai signifikansi pengaruh Kemampuan Inovasi ( $X_2$ ) terhadap Daya Saing (Y) pada Tabel 9 adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung 4,494 > nilai t tabel 1,661 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Artinya terdapat pengaruh Kemampuan Inovasi ( $X_2$ ) terhadap Daya Saing (Y) secara signifikan.



Tabel 9. Uji T X2 Terhadap Y

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4,593	4,220			1,088	0,279
	Kemampuan Inovasi	0,384	0,085	0,374		4,494	0,000

### 3.11. Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Daya Saing

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial, menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel serta nilai signifikansi yang memenuhi syarat. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi orientasi pasar yang diterapkan oleh UMKM, maka semakin tinggi pula daya saing yang dapat dicapai oleh pelaku usaha. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa orientasi pasar memegang peranan penting dalam mendorong pertumbuhan UMKM. Dengan berorientasi pada pasar, UMKM berupaya untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, menciptakan nilai yang relevan, serta menyebarluaskan pengetahuan pasar kepada seluruh bagian usaha. Informasi yang tepat dan akurat mengenai pasar, bila dimanfaatkan secara efektif, dapat meningkatkan responsivitas dan inovasi UMKM, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap daya saing.

Hasil ini didukung dengan penelitian yang menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif terhadap daya saing [19]. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar memiliki pengaruh positif terhadap daya saing UMKM di berbagai wilayah. Dengan demikian, pada konteks lokal Kota Sukabumi, orientasi pasar terbukti menjadi faktor penting yang mendukung daya saing UMKM makanan ringan, khususnya dalam mempertahankan eksistensi di tengah kompetisi usaha yang semakin dinamis.

### 3.12. Pengaruh Kemampuan Inovasi Terhadap Daya Saing

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial, menunjukkan bahwa kemampuan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing, dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel serta nilai signifikansi yang memenuhi syarat. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) diterima. Temuan ini bahwa kemampuan inovasi memegang peran penting dalam mendorong pertumbuhan dan daya saing UMKM. Melalui inovasi, UMKM berupaya untuk menciptakan produk, layanan, dan proses baru atau yang ditingkatkan guna memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah. Kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan merealisasikannya secara efektif dapat memberikan keunggulan kompetitif, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperluas pangsa pasar.

Temuan ini sejalan dengan penelitian bahwa kemampuan inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing [20]. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan inovasi memiliki pengaruh positif terhadap daya saing UMKM di berbagai wilayah. Dengan demikian, pada konteks lokal Kota Sukabumi, kemampuan untuk berinovasi terbukti menjadi faktor penting yang mendukung peningkatan daya saing.

## 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang melibatkan 95 responden, ditemukan bahwa Orientasi Pasar dan Kemampuan Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing pada UMKM Makanan Ringan di Kota Sukabumi. Di antara kedua variabel tersebut, Kemampuan Inovasi merupakan yang dimiliki oleh UMKM, semakin besar pula peluang mereka untuk bersaing di pasar, kedua variabel ini mampu menjelaskan sebesar 62,8% variasi dalam Daya Saing. Inovasi memiliki peran penting dalam meningkatkan pertumbuhan dan daya saing UMKM. Melalui inovasi, UMKM dapat menciptakan atau mengembangkan produk, layanan, dan proses baru yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar yang terus berubah. Inovasi juga membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, serta membedakan diri dari pesaing.

## Daftar Rujukan

- [1] Janah, U. R. N., & Tampubolon, F. R. S. (2024). Peran usaha mikro, kecil, dan menengah dalam pertumbuhan ekonomi: Analisis kontribusi sektor umkm terhadap pendapatan nasional di Indonesia. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 739-746. <https://doi.org/10.62710/a45xg233>
- [2] Febriyantor, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61-76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- [3] Kartika, I., Barmawi, F. H., Yuningsih, N., Asma, R., & Mone, U. (2024). Kepemimpinan Ideal di Era Milenial. *VISA: Journal of Visions and Ideas*, 111.
- [4] Afriani, N. A., Danial, R. D. M., & Komariah, K. (2024). Analisis Perencanaan Strategi dan Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 14(2), 1-12. <https://doi.org/10.24929/feb.v14i2.2692>
- [5] Suliah, L., & Danial, R. D. M. (2022). Pengaruh Kapabilitas Dinamis dan Turbulensi Lingkungan terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada UMKM Makanan Ringan di Kota Sukabumi). *Equity: Jurnal Ekonomi*, 10(1), 1-12. <https://doi.org/10.33019/equity.v10i1.89>
- [6] Falentina, D., Danial, R. D. M., & Nurmala, R. (2022). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Strategi Terhadap Kinerja Usaha

- Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Masa Covid-19. *COSTING: Journal of Economic, Bussines and Accounting*, 6(1), 338-343. <https://doi.org/10.31539/costing.v6i1.4185>
- [7] Maylista, S., Wijayanto, G., & Noviasari, H. (2022). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Daya Saing dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(2), 167-178. <https://doi.org/10.21776/jmpmk.2022.01.2.04>
- [8] Rahayu, S., & Diatmika, I. P. G. (2024). Analisis Kapabilitas Pemasaran Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Daya Saing UMKM Seketeng. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(3), 380-387. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v5i3.11374>
- [9] Rahmadi, A. R., & Indrawijaya, S. (2024). Pengaruh Inovasi Terhadap Daya Saing Usaha Mikro Dengan Kompetensi Pegawai Usaha Mikro Sebagai Mediasi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 13(01), 166-178. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i01.28365>
- [10] Akbar, M. A., & Hidayati, R. (2022). Analisis Pengaruh Desain Produk Dan Kinerja Supply Chain Management Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing (Studi Pada Usaha Mikro Olahan Bandeng Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(6), 1–13.
- [11] Budiman, I., Sunarya, E., & Ramdan, A. M. (2022). analisis kapabilitas inovasi terhadap kinerja umkm industri makanan di Kota Sukabumi. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 5(2), 1444-1451. <https://doi.org/10.31539/costing.v5i2.2577>
- [12] Ulhaq, A. (2022). Analisis Perencanaan Strategis dan Lingkungan Eksternal Terhadap Kinerja Umkm Survey pada UMKM Makanan di Kota Sukabumi. *Ekonomi & Bisnis*, 21(1). <https://doi.org/10.32722/eb.v21i1.4565>
- [13] Mamengko, D. G., Tawas, H. N., & Raintug, M. C. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran dengan Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Kawangkoan). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(1), 486-499. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.45937>
- [14] Zahara, A. P., Danial, R. D. M., & Samsudin, A. (2020). Strategi Diferensiasi sebagai Upaya Mewujudkan Keunggulan Bersaing pada UKM Furniture. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(1), 20-27. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v8i1.24410>
- [15] Elfahmi, S. H., & Jatmika, D. (2019). Pengaruh Inovasi Terhadap UKM Naik Kelas Melalui Daya Saing Produk (Studi UKM Kuliner Rahajeng Catering Pati dan Indoburger Rembang). *Media Mahardhika*, 17(3).
- [16] Syarief, F., Kurniawan, A., Widodo, Z. D., Nugroho, H., Rimayanti, R., Siregar, E., ... & Salmia, S. (2022). *Manajemen sumber daya manusia*. Penerbit Widina.
- [17] Sugi, S., & Hargyatni, T. (2024). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Umkm Telur Asin Di Kabupaten Brebes). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 195-210. <https://doi.org/10.51903/jimeb.v3i1.761>
- [18] Ghazali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [19] Juminawati, S., Syamsulbahri, S., & Harsono, I. (2024). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk, dan Strategi Pemasaran terhadap Daya Saing UKM di Pasar Lokal: Studi pada Industri Kreatif di Bandung, Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 3(01), 1-10.
- [20] Muchayatin, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mepengaruhi Daya Saing UMKM Kuliner Di Kota Semarang. *Serat Acitya*, 10(2), 142.