

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia termasuk ke dalam salah satu negara yang perekonomiannya didorong oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM mengalami perkembangan yang begitu pesat dari tahun ke tahun, hal ini dinyatakan berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang menyatakan bahwa jumlah UMKM di Negara Indonesia mencapai angka 64 juta. Dari keseluruhan usaha yang beroperasi, maka angka ini mencapai 99,9% (Santia, 2020). Dengan peningkatan jumlah UMKM yang tinggi, maka persaingan dagang pun juga akan tinggi, sehingga diperlukan pengaturan bisnis untuk menunjang keberlangsungan usaha.

Seperti dalam era perdagangan saat ini, tidak saja perusahaan berskala tinggi atau menengah yang mempunyai kontribusi, tetapi usaha berskala kecil pun atau mikro juga telah banyak mengalami perkembangan serta kemajuan yang sangat terlihat. UMKM dikatakan mengalami perkembangan secara terus-menerus dengan ditandai oleh semakin bertambahnya usaha-usaha yang timbul dengan melaukan penawaran produk secara beraneka ragam dan dengan produk yang inovatif. UMKM memiliki kontribusi yang sangat strategis di dalam peningkatan perekonomian secara nasional. Maka dari itu selain memiliki peran dalam pembangunan ekonomi serta perekrutan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam melakukan pendistribusian hasil dari pembangunan (Zuliyati, 2020).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sektor ekonomi yang paling banyak memberikan kontribusi terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja di Indonesia. Seperti diketahui bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang dimiliki perorangan atau badan usaha yang

telah memenuhi persyaratan oleh Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah. Adanya kontribusi UMKM di Indonesia ini mampu menghadapi krisis ekonomi dan mampu menjadi sumber kehidupan bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Selain itu, UMKM juga memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pemerataan kesejahteraan masyarakat dan mempercepat perkembangan perekonomian.

Provinsi Bali adalah salah satu daerah yang memiliki peran penting dalam menumbuhkan pariwisata dan usaha-usaha kecil seperti UMKM. Sektor UMKM berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi Provinsi Bali. UMKM dapat menyerap jumlah tenaga kerja cukup besar. Keberadaan UMKM hendaknya terus diberdayakan. Menurut Wiryanto (2019) UMKM diharapkan mampu berkembang menjadi lebih baik dan memacu tumbuhnya usaha-usaha lainnya dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain dari perkembangan jumlah UMKM di Kabupaten Buleleng terdapat juga pada Pertumbuhan PDRB/Ekonomi Kabupaten/Kota di Provinsi Bali hal ini disampaikan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Pertumbuhan PDRB/Ekonomi Kabupaten/Kota di Provinsi Bali

Kabupaten / Kota	Pertumbuhan PDRB/Ekonomi Kabupaten/Kota di Provinsi Bali		
	2020	2021	2022
Kab. Jembrana	-4,98	-0,65	2,98
Kab. Tabanan	-6,17	-1,98	2,94
Kab. Badung	-16,55	-6,74	9,97
Kab. Gianyar	-8,39	-1,05	4,04
Kab. Klungkung	-6,38	-0,23	3,12
Kab. Bangli	-4,10	-0,33	2,79
Kab. Karangasem	-4,49	-0,56	2,58
Kab. Buleleng	-5,80	-1,27	3,11
Kota Denpasar	-9,44	-0,92	5,06
Provinsi Bali	-9,34	-2,46	4,84

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2023

Berdasarkan data yang diperoleh melalui Badan Pusat Statistik Provinsi Bali pada tahun 2020 hingga 2022, dapat dilihat bahwa dari 9 Kabupaten/Kota. Pada tahun 2022 Kabupaten Badung merupakan kontribusi yang paling banyak di Bali dengan jumlah 9.97. Menyusul Kota Badung, Kota Denpasar berada pada peringkat kedua dengan jumlah mencapai 5.06, dan Kabupaten Gianyar berada pada peringkat ketiga sebanyak 4.04, kemudian pada peringkat keempat dari Kabupaten Klungkung dengan jumlah 3.12, selanjutnya adalah Kabupaten Buleleng yang masuk dalam peringkat kelima dengan jumlah 3.11, namun pada kenyataannya jumlah kontribusi di Kabupaten Buleleng berada dibawah rata-rata UMKM terhadap PDRB. Sedangkan rata-rata di Provinsi dengan jumlah 4,84 pada tahun 2022.

Kabupaten Buleleng merupakan kabupaten dengan jumlah wilayah terluas di Provinsi Bali. Kabupaten Buleleng diasumsikan memiliki potensi besar karena memiliki wilayah yang lebih luas dari kabupaten lainnya, akan tetapi kontribusi PDRB tidak terlalu berdampak pada UMKM yang ada di Kabupaten Buleleng, bawasannya kinerja UMKM pada Kabupaten Buleleng tidak bekerja secara optimal berbeda dengan Kabupaten Badung, Denpasar dan Gianyar. Banyaknya jumlah UMKM yang ada di Kabupaten Buleleng tidak menjamin banyaknya jumlah kontribusi terhadap PDRB. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian mengenai kontribusi UMKM yang ada di Kabupaten Buleleng yang diukur melalui kinerja UMKM dengan mengasumsikan beberapa faktor yang kemungkinan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM itu sendiri. Selain itu akan disajikan data Realisasi Penanaman Modal Dalam Negeri di Provinsi Bali dari tahun 2020-2022 dimana modal ini erat kaitannya dengan inovasi dan kinerja dari UMKM itu sendiri. Tabel Realisasi Penanaman Modal Dalam Negeri di Provinsi Bali dijabarkan sebagai berikut :

Tabel 1.2 Realisasi Penanaman Modal Dalam Negeri di Provinsi Bali

Kabupaten/Kota	Realisasi Penanaman Modal Dalam Negeri di Provinsi Bali Menurut Kabupaten/Kota (Juta Rupiah)		
	2020	2021	2022
Kab. Jembrana	142.332	173.492	201.730
Kab. Tabanan	758.200	1.035.195	194.247
Kab. Badung	3.558.447	2.514.694	3.170.567
Kab. Gianyar	145.776	871.301	295.323
Kab. Klungkung	42.420	66.996	106.496
Kab. Bangli	23.055	31.854	20.970
Kab. Karangasem	78.045	142.373	161.417
Kab. Buleleng	361.332	552.240	322.338
Kota Denpasar	323.068	967.105	1.529.016
Provinsi Bali	5.432.674	6.355.249	6.002.103

*Sumber: Pangkalan Data Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu
Satu Pintu Provinsi Bali*

Berdasarkan data yang diperoleh melalui Realisasi Penanaman Modal Dalam Negeri di Provinsi Bali, jumlah perkembangan Penanaman Modal di Provinsi Bali mengalami peningkatan dari tahun 2020-2021. Pada tahun 2020 dengan jumlah 5.432.674 dan mengalami peningkatan pada tahun 2021 dengan jumlah 6.355.249. Kemudian pada tahun 2022 mengalami penurunan dengan total jumlah 6.002.103 dengan penurunan sebesar 353.146. Jumlah Penanaman Modal di Provinsi Bali yang paling tinggi dari 9 Kabupaten/Kota pada tahun 2022 adalah dari Kabupaten Badung dengan jumlah 3.170.567. Kemudian dengan urutan kedua yaitu dari Kota Denpasar dengan jumlah 1.529.016. Selanjutnya dengan urutan ketiga yaitu Kabupaten Buleleng dengan jumlah 322.338. Namun pada tahun 2021 Kabupaten Buleleng mengalami peningkatan dengan jumlah 552.240 dan mengalami penurunan pada tahun 2022 dengan jumlah 322.338. Realisasi penanaman modal harusnya sejalan dengan kinerja UMKM yang ada di masing-masing Kabupaten. Dengan realisasi modal yang tidak sedikit, hal ini diharapkan dapat meningkatkan inovasi-inovasi dari UMKM yang nantinya dapat meningkatkan Kinerja

UMKM itu sendiri. Berikut data mengenai jumlah UMKM per masing-masing sektor dan klasifikasinya pada Tahun 2023.

Tabel 1.3 Perkembangan Jumlah UMKM Per kecamatan Di Kabupaten Buleleng

No	Kecamatan	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2022
1	Gerokgak	4.619	4.710	4.994	5.286	5.466
2	Seririt	4.190	4.461	4.502	4.502	4.578
3	BusungBiu	3.687	3.755	3.810	3.853	3.938
4	Banjar	3.490	3.578	3.612	3.649	3.739
5	Sukasada	2.941	3.014	3.073	3.110	3.210
6	Buleleng	6.600	6.836	6.951	7.020	7.397
7	Sawan	3.128	3.158	3.241	3.268	3.378
8	Kubutambahan	2.765	2.823	2.847	2.866	2.991
9	Tejakula	3.132	3.220	3.320	3.420	3.550
	Total					38.247

Sumber: Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kab. Buleleng, 2023

Tabel di atas merupakan populasi yang dimana di dalamnya sudah mencakup keseluruhan sektor pada UMKM. Dimana sektor-sektor tersebut yang termasuk adalah Sektor Perdagangan, Sektor Industri Pertanian, Sektor Industri Non Pertanian, dan Sektor Aneka Jasa. Di balik peningkatan jumlah UMKM di per kecamatan yang ada di Kabupaten Buleleng, namun kenyataannya terdapat beberapa permasalahan yang terjadi terkait dengan kinerja UMKM, khususnya di Kecamatan Buleleng. Berdasarkan hasil observasi awal menemukan fakta bahwa kinerja yang dimiliki UMKM di Kecamatan Buleleng tidak cukup baik. Hal ini dilihat melalui tidak adanya peningkatan yang dialami UMKM selama mengembangkan usahanya.

Kinerja UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satu teori yang menjelaskan faktor-faktor berpengaruh terhadap kinerja adalah *Resource Based View Theory* (RBV) pertama kali dicetuskan oleh Wernerfelt pada tahun 1984 (Tan, 2015). *Resources Based View Theory* menjelaskan sumber daya yang dimiliki perusahaan baik

itu sumber daya tidak berwujud dan sumber daya berwujud dapat mendorong perusahaan untuk menyusun strategi dalam rangka mewujudkan keunggulan bersaing dan meningkatkan kinerja (Hilmawati & Kusumaningtias, 2021). Sumber daya yang dimiliki oleh UMKM terdiri dari berbagai jenis, beberapa diantaranya adalah sumber daya manusia, sumber daya modal, maupun sumber daya teknologi. Berdasarkan *Resources Based View Theory*, kinerja UMKM dipengaruhi oleh sumber daya yang dimiliki seperti sumber daya manusia, sumber daya modal, maupun sumber daya teknologi. UMKM di Kecamatan Buleleng memiliki permasalahan terkait sumber daya seperti modal yang kurang memadai serta penggunaan e- media *e-commerce* yang kurang baik, dan orientasi pasar yang kurang maksimal sehingga penelitian ini berfokus pada *e-commerce* dan orientasi pasar.

Pada tahun 2023, pemerintah di Indonesia terus mendorong para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dapat memasuki era ekosistem digital. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2023) jumlah UMKM yang telah memasuki ekosistem digital mencapai 20,76 juta unit. Jumlah ini sudah meningkat 26,6% dibandingkan pada tahun lalu yang sebanyak 16,4 juta UMKM di Indonesia. Hal tersebut membuktikan bahwa sudah ada 32,44% dari 64 juta unit UMKM yang telah memasuki ekosistem digital. Dengan besarnya potensi yang dimiliki UMKM terhadap perekonomian negara dan adanya peningkatan jumlah UMKM yang memasuki ekosistem digital ini tidak dipungkiri bahwa seiring perkembangannya masih terdapat banyak permasalahan. Salah satunya, yaitu kinerja usaha, dimana kinerja usaha merupakan penentuan melalui ukuran tertentu yang mana dapat digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan suatu usaha dalam menghasilkan keuntungan (Kusumadewi, 2017). Oleh karena itu, diperlukannya upaya esensial terkait peningkatan kinerja UMKM.

E-commerce merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan kinerja UMKM di era sekarang ini. Dimana perlu di ketahui bahwa di zaman 4.0 ini teknologi merupakan suatu hal yang penting. Dimana teknologi memiliki peran dalam membantu mengembangkan suatu UMKM, seperti diketahui bahwa sekarang ini pelaku UMKM di haruskan untuk menggunakan teknologi untuk memasarkan, menjual ataupun mengembangkan usaha yang dijalankannya. Dimana menurut Kementerian Koperasi Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia (2022) mencatat pengguna *e-commerce* sebagai media untuk menjual, memasarkan dan mengembangkan usahanya yaitu sebanyak 19,5 juta atau sebesar 30,4%. Hal tersebut diartikan bahwa penggunaan *e-commerce* sudah banyak di gunakan oleh pelaku UMKM.

Hal tersebut berpengaruh terhadap peningkatan penjualan usaha yang mereka jalankan. Khususnya UMKM di Kecamatan Buleleng sudah banyak yang menerapkan penggunaan *e-commerce* sebagai tempat untuk mengembangkan usahanya, akan tetapi tidak dapat berjalan dengan efektif. Dimana terdapat beberapa pelaku UMKM yang masih kurang memahami menggunakan media *e-commerce* sebagai media untuk mengembangkan usahanya. Namun terdapat beberapa pelaku usaha sudah menggunakan platform *e-commerce* sebagai media untuk mengembangkan, memasarkan dan menjual produknya, tetapi belum secara optimal dalam menggunakan platform tersebut.

Menurut Mardiyono (2020) menjelaskan bahwa orientasi pasar adalah suatu proses dan kegiatan yang berkaitan dengan penciptaan dan kepuasan pelanggan secara terus-menerus untuk mengevaluasi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Penerapan orientasi pasar membawa peningkatan kinerja untuk perusahaan. Orientasi pasar adalah budaya perusahaan yang paling efektif dan efisien untuk menciptakan nilai yang baik bagi pelanggan, dan ini akan menciptakan kinerja atas yang berkelanjutan untuk perusahaan

(Arbawa & Wardoyo, 2020). Orientasi pasar ialah proses yang dilakukan oleh industri dalam memperoleh data mengenai keadaan pasar dengan tujuan menghasilkan keunggulan produk untuk konsumen. Orientasi pasar pula didefinisikan sebagai sikap suatu organisasi dalam mengidentifikasi tiap kebutuhan konsumen, sikap kompetitor, serta memberi tahu data tentang pasar terhadap seluruh organisasi (Yanuar & Harti, 2020).

Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar adalah suatu aktivitas suatu organisasi dalam menciptakan nilai unggul bagi konsumen serta kinerja dalam sebuah bisnis melalui proses penilaian kebutuhan dan keinginan pelanggan. Selain orientasi pasar, tujuan utama dari inovasi adalah untuk memenuhi permintaan pasar, sehingga inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan (Han 1998). Pada umumnya, pelanggan menginginkan produk-produk yang inovatif sesuai dengan keinginan mereka. Bagi perusahaan, keberhasilannya dalam melakukan inovasi produk ataupun pengembangan produk berarti perusahaan tersebut selangkah lebih maju dibanding dengan pesaingnya.

Menurut Kotler dan Keller (2020) inovasi adalah segala barang, layanan, atau ide yang dianggap baru oleh seseorang, tidak peduli berapa lama sejarahnya, penyebaran ide baru dari sumber penemuan atau kreasi ke pengguna atau pengadopsi utamanya. Inovasi produk yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan, mengingat strategi ini berkaitan erat dengan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Selanjutnya, Menurut Departemen Perdagangan RI (2020) kreativitas merupakan upaya pembangunan ekonomi secara berkelanjutan melalui inovasi dengan menumbuhkan iklim usaha dan berbasis Iptek termasuk warisan budaya. Jadi secara sederhana dapat diartikan sebagai era ekonomi baru yang berfokus pada kreativitas dan informasi.

Sektor ekonomi kreatif terdiri dari 16 subsektor, antara lain periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, fashion, video film dan potografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, televisi dan radio, riset dan pengembangan, serta kuliner. Menurut Dinas Koperasi UMKM di salah satu kota di Indonesia mengatakan bahwa kurangnya inovasi berpicu matinya UMKM karena kesulitan bersaing dengan sektor usaha besar baik yang berasal dari daerah luar maupun usaha yang berasal dari luar negeri (Mediaindonesia.com, 3 Oktober 2020). Hal inilah yang menyebabkan Inovasi menjadi variabel mediasi yang dimana menjelaskan relasi atau menyediakan hubungan kausal antara variabel lainnya. Variabel ini juga disebut sebagai "variabel perantara".

Berdasarkan latar belakang dan fenomena maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kinerja UMKM dengan judul **“Pengaruh *E-Commerce* dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha Melalui Inovasi Sebagai Variabel Mediasi pada UMKM di Kabupaten Buleleng”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sektor ekonomi yang paling banyak memberikan kontribusi terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja di Indonesia.
2. Kabupaten Buleleng merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Bali dengan jumlah PDRB sebesar 3.11 pada Tahun 2022, namun pada kenyataannya jumlah kontribusi di Kabupaten Buleleng berada dibawah rata-rata UMKM terhadap PDRB. Dengan status kabupaten dengan jumlah penduduk terbanyak masih

menempatkan Kabupaten Buleleng pada posisi kelima pada pertumbuhan ekonominya.

3. Pada Realisasi Penanaman Modal, Pada tahun 2021 Kabupaten Buleleng mengalami peningkatan dengan jumlah 552.240 juta dari tahun sebelumnya dan mengalami penurunan pada tahun 2022 dengan jumlah 322.338 juta. Realisasi penanaman modal harusnya sejalan dengan kinerja UMKM yang ada di masing-masing Kabupaten. Dengan realisasi modal yang tidak sedikit, hal ini diharapkan dapat meningkatkan inovasi-inovasi dari UMKM yang nantinya dapat meningkatkan Kinerja UMKM itu sendiri.
4. Selanjutnya, berdasarkan data yang diperoleh melalui Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Buleleng, perkembangan jumlah UMKM dari tahun 2018 sampai tahun 2022 per kecamatan selalu mengalami kenaikan. Dimana pada tahun 2022 total jumlah UMKM di Kabupaten Buleleng sebanyak 38.247 UMKM.
5. Dibalik peningkatan jumlah UMKM di per kecamatan yang ada di Kabupaten Buleleng, kenyataannya terdapat beberapa permasalahan yang terjadi terkait dengan kinerja UMKM, khususnya di Kecamatan Buleleng. Hal ini dilihat melalui tidak adanya peningkatan yang dialami UMKM selama mengembangkan usahanya. Dimana kinerja UMKM di Kabupaten Buleleng pada Tahun 2022 mengalami penurunan yang signifikan berupa penurunan penjualan, laba, modal, dan kemampuan membayar kredit, inovasi teknologi, dan inovasi.
6. Dari hasil observasi banyaknya jumlah UMKM di Kabupaten Buleleng yang serta merta hanya menjadi pelaku musiman. Dalam artian mana yang terlihat sedang naik daun itu yang akan ditiru, jika sudah tidak ada peminatnya mereka akan

gulung tikar, semata-mata hanya menghabiskan jatah kontrak tempat persewaan saja.

7. Pada tahun 2023, pemerintah di Indonesia terus mendorong para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dapat memasuki era ekosistem digital. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2023) jumlah UMKM yang telah memasuki ekosistem digital mencapai 20,76 juta unit. Jumlah ini sudah meningkat 26,6% dibandingkan pada tahun lalu yang sebanyak 16,4 juta UMKM di Indonesia. Hal tersebut membuktikan bahwa sudah ada 32,44% dari 64 juta unit UMKM yang telah memasuki ekosistem digital.
8. Jumlah UMKM serta keberagamannya sangat dipengaruhi dengan adanya inovasi dari masing-masing UMKM tersebut. Inovasi ini harus muncul dari pelaku UMKM sendiri dengan meningkatkan nilai dari produknya dan diimbangi dengan penggunaan teknologi yang sesuai dengan Revolusi Industri 4.0. Kinerja UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satu teori yang menjelaskan faktor-faktor berpengaruh terhadap kinerja adalah Resource Based View Theory (RBV) pertama kali dicetuskan oleh Wernerfelt pada tahun 1984 (Tan et al., 2015). Berdasarkan Resources Based View Theory, kinerja UMKM dipengaruhi oleh sumber daya yang dimiliki seperti sumber daya manusia, sumber daya modal, maupun sumber daya teknologi. UMKM di Kecamatan Buleleng memiliki permasalahan terkait sumber daya seperti modal yang kurang memadai serta penggunaan media *e-commerce* yang kurang baik, dan orientasi pasar yang kurang maksimal sehingga penelitian ini berfokus pada *e-commerce* dan orientasi pasar.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini tidak meneliti semua faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM. Peneliti mengambil dua faktor, yaitu *E-Commerce* dan Orientasi Pasar. Namun dilengkapi dengan inovasi sebagai variabel mediasi. Penelitian ini berfokus pada permasalahan yang terjadi pada UMKM yang bergerak pada sektor Perdagangan, Industri Pertanian, Industri Non Pertanian, dan Aneka Jasa.

1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi masalah pokok dalam penulisan ini, diantaranya:

1. Apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja UMKM?
2. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja UMKM?
3. Apakah inovasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM?
4. Apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap inovasi?
5. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap inovasi?
6. Apakah inovasi memediasi pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja UMKM?
7. Apakah inovasi memediasi pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM?

1.5 Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran yang mendalam dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh gaya kepemimpinan dan kompensasi terhadap kepuasan kerja dan pengaruhnya terhadap kinerja karyawan. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk menguji pengaruh *e-commerce* terhadap inovasi.
2. Untuk menguji pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM

3. Untuk menguji pengaruh inovasi terhadap kinerja UMKM.
4. Untuk menguji pengaruh *e-commerce* terhadap inovasi
5. Untuk menguji pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi.
6. Untuk menguji pengaruh inovasi memediasi pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja UMKM sebagai variabel *mediasi*.
7. Untuk menguji pengaruh inovasi memediasi orientasi pasar terhadap kinerja UMKM sebagai variabel *mediasi*.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca baik manfaat secara teoretis maupun praktis. Adapun manfaat hasil penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

1.6.1 Manfaat Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis, memperkuat penelitian terdahulu, dan diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan terhadap literatur-literatur maupun penelitian di bidang manajemen. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan sumbangan konseptual bagi peneliti yang akan datang.

1.6.2 Manfaat Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, mulai dari peneliti, Pemerintah Kabupaten Buleleng, Pelaku UMKM, dan bagi Universitas Pendidikan Ganesha. Penelitian ini dapat menambah wawasan khususnya tentang pengaruh *e-commerce* dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha melalui inovasi sebagai variabel mediasi. Selain itu juga sebagai sarana untuk mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan

sebagai bahan evaluasi terkait faktor yang dapat mempengaruhi kinerja suatu usaha sehingga nantinya pemerintah dapat menentukan kebijakan yang tepat untuk dapat mengembangkan UMKM di Kabupaten Buleleng. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah bacaan serta dapat dimanfaatkan sebagai informasi bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian terkait lebih lanjut.

1.7 Rencana Publikasi

Penelitian ini akan dipublikasikan pada Jurnal *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (MSEJ) yang dikelola oleh Yayasan Riset dan Pengembangan Intelektual (YRPI) dimana jurnal ini merupakan jurnal nasional yang telah terakreditasi Sinta 4. Adapun Jurnal tersebut dapat diakses pada Link berikut: <https://journal.yrpiipku.com/index.php/msej/index>.

