

**PENGARUH PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PELAKU UMKM GERAI PONSEL DI KECAMATAN MEDAN AMPLAS**

Oleh :

**Dina Damayanti<sup>1\*</sup>,**

**Adrial Falahi<sup>2</sup>**

<sup>1\*</sup>)Manajemen, Ekonomi, Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah  
Medan Medan Amplas, Kota Medan, Sumatera Utara, 20147

<sup>2</sup>)Manajemen, Ekonomi, Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah  
Medan Medan Amplas, Kota Medan, Sumatera Utara, 20147

Email\*: ddina6162@gmail.com

**Article Info**

*Article History :*

*Received 16 Des - 2022*

*Accepted 25 Des - 2022*

*Available Online*

*30 Des – 2022*

**Abstract**

*This study aims to determine the effect of the use of information technology and market orientation on the performance of MSME actors at cellphone outlets in Medan Amplas District. This study uses descriptive and quantitative methods, the population is all the owners of mobile phone outlets in the District of Medan Amplas as many as 84 cell phone outlets. The location of this research is the Mobile Phone Outlet in Medan Amplas Subdistrict, North Sumatra, which starts from January to October 2022. The sampling technique for this research uses Saturated Samples, so that the research sample is set at 84 cellphone outlets. The results of this study indicate the multiple linear regression equation obtained by the equation  $Y = 1.369 + 0.355X1 + 0.532X2$ . The results of the t-test obtained that the value of  $t_{count} = 7.705 > t_{table} 1.663$  and a significance of  $0.000 < 0.05$ , then  $H_a$  is accepted and  $H_o$  is rejected, which means that the Information Technology variable (X1) partially has a significant influence on the performance of MSME actors in Mobile Phone Outlets in Medan Amplas District. The value of  $t_{count} = 4.377 > t_{table}$  of 1.663 and a significance of  $0.003 < 0.05$ , then  $H_a$  is accepted and  $H_o$  is rejected, which means that the Market Orientation variable (X2) partially has a significant influence on the performance of MSME actors in Mobile Phone Outlets in Medan Amplas District. The results of the F test obtained a positive value of  $F_{count} = 79,171 > F_{table} = 2.72$  and a significance of  $0.000 < 0.05$ , meaning that information technology and market orientation variables simultaneously have a positive and significant effect on the performance of MSMEs at Mobile Phone Outlets in Medan Amplas District. The value of Adjusted R Square (R<sup>2</sup>) is 0.842 or 84.2%, while the remaining 15.8% is explained by other variables not examined in this study. So this research concludes that the use of Information Technology (X1) and Market Orientation (X2) affects the performance of MSME Actors at Mobile Phone Outlets (Y) in Medan Amplas District.*

*Keyword :*

*Information Technology,*

*Market Orientation,*

*Performance of SMEs*

**1. PENDAHULUAN**

UMKM memiliki peranan yang penting dalam pembangunan ekonomi. Kinerja usaha juga dapat dinilai dari keberhasilan dalam mengelola penjualan, dengan melakukan identifikasi kebutuhan dan keinginan konsumennya melalui penciptaan *costumer value* dan *costumer satisfaction*. Dalam mewujudkan tujuan tersebut UMKM harus mampu mengembangkan strategi pemasaran yang berorientasi pada pasar sehingga

UMKM mampu bersaing dalam meraih pasar yang semakin mengglobal.

UMKM yang lebih baik lagi yaitu dengan cara penerapan teknologi informasi dan orientasi pasar guna meningkatkan kinerja UMKM yang lebih optimal. UMKM sangat membantu mengurangi pengangguran di Indonesia khususnya di kota Medan di Kecamatan Medan Amplas. UMKM dapat menciptakan lapangan pekerjaan

sendiri dengan cara membuka usaha sendiri, salah satunya adalah usaha Gerai Ponsel.

Perkembangan teknologi yang kini menjadi kebutuhan tersendiri untuk membantu perkembangan dan kemajuan organisasi, begitu juga halnya dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang kini diharapkan oleh pemerintah untuk mendorong tingkat wirausahawan dalam negeri serta sebagai bentuk usaha untuk menekan tingkat pengangguran dalam masyarakat.

Selain teknologi informasi, orientasi pasar juga merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi kinerja UMKM gerai ponsel. Orientasi Pasar merupakan ukuran perilaku dan aktivitas yang mencerminkan konsep pemasaran. Orientasi pasar berpotensi meningkatkan kinerja bisnis. Pentingnya orientasi pasar dalam UMKM yaitu untuk memahami setiap kondisi ataupun keadaan pasar, memahami yang menjadi keinginan pelanggannya, dan juga perubahan di lingkungan usahanya.

Kinerja sangat penting untuk keberhasilan suatu usaha, setiap UMKM berkepentingan untuk mengetahui prestasinya sebagai cermin dari keberhasilan usahanya dalam persaingan pasar, dengan kinerja pemasaran UMKM dapat mengetahui dimana posisi keberhasilan UMKM yang diukur dari setiap jangka waktu yang telah ditentukan.

Untuk dapat menjaga UMKM bertahan lama, maka salah satu pendekatan yang dapat diberikan kepada UMKM yaitu wawasan mengenai Teknologi Informasi dan Orientasi pasar, sebab dengan memahami Teknologi Informasi dan Orientasi Pasar maka UMKM akan mengalami peningkatan kinerja dan otomatis pendapatan juga akan meningkat.

## **2. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS Teknologi Informasi**

Menurut Darmawan (2017:17), "Teknologi Informasi adalah hasil rekayasa manusia terhadap proses penyampaian informasi dari pengirim ke penerima sehingga lebih cepat, lebih luas sebarannya". Menurut Y Maryono (2018:30), "Teknologi Informasi adalah pemanfaatan perangkat komputer sebagai alat untuk memproses, menyajikan serta mengelola data dan informasi dengan berbasis pada peralatan komunikasi".

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi dapat diartikan sebagai pemanfaatan perangkat komputer sebagai alat untuk memproses, menyajikan serta

mengelola data dan informasi dengan berbasis pada peralatan komunikasi.

Menurut Prabowo (2017:90), ada 3 indikator Teknologi Informasi antara lain:

1. Intensitas Teknologi Informasi
2. Kemudahan bertukar Informasi
3. Kemudahan akses bekerjasama

### **Orientasi Pasar**

Menurut Peter dan Olson (2017:54), "Orientasi pasar adalah sebagai suatu proses dan aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan dan pemuasan pelanggan dengan cara terus menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan". Penerapan orientasi pasar akan membawa peningkatan kinerja bagi perusahaan tersebut. Menurut Handoko (2017:48), "Orientasi pasar merupakan sesuatu yang penting bagi kelangsungan perusahaan, yang diartikan sebagai pengumpulan intelijen pasar untuk memenuhi kebutuhan pelanggan saat ini dan mendatang, penyebaran intelegensi pasar ke berbagai divisi dan fungsi dalam perusahaan dan bagaimana perusahaan menanggapi".

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar merupakan sebuah budaya perusahaan yang menempatkan pasar sebagai kunci keberlangsungan hidup perusahaan.

Menurut Kotler (2018:12), indikator dari orientasi pasar sebagai berikut:

1. Orientasi konsumen
2. Orientasi pesaing
3. Koordinasi antar fungsi

### **Kinerja Pelaku UMKM**

Menurut Sutrisno (2016:151) "Kinerja atau prestasi kerja merupakan hasil kerja yang telah dicapai oleh seseorang berdasarkan tingkah laku kerjanya dalam menjalankan aktivitas dalam bekerja". Menurut Wibowo (2017:29) "Kinerja pelaku usaha merupakan out put atau hasil kerja yang dihasilkan baik segi kualitas maupun kuantitas pekerjaannya dan dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan perannya di dalam organisasi atau perusahaan yang disertai dengan kemampuan, kecakapan, dan keterampilan dalam menyelesaikan pekerjaannya".

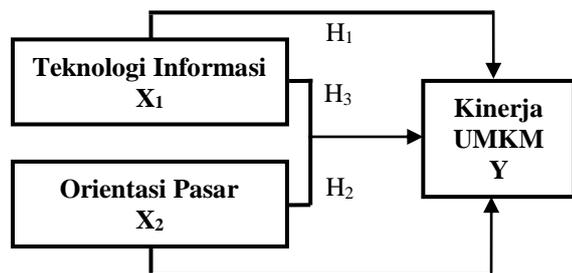
Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kinerja UMKM adalah seluruh tindakan atau aktivitas suatu organisasi pada suatu periode untuk mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi yang dituangkan dalam perencanaan strategi suatu organisasi.

Menurut Robbins (2016:260) indikator Kinerja Pelaku UMKM yaitu :

1. Kualitas Kerja
2. Kuantitas Kerja
3. Ketepatan waktu
4. Efektifitas
5. Kemandirian

## KERANGKA KONSEPTUAL

Menurut Sugiyono (2016:60), Kerangka Konseptual adalah konsep awal yang menjadi acuan dalam sebuah penelitian.



Gambar Kerangka Konseptual

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada pelaku UMKM Gerai Ponsel di Kecamatan Medan Amplas. Metode pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 84 pelaku UMKM. Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel dari seluruh populasi yaitu 84 Pelaku UMKM Gerai Ponsel di Kecamatan Medan Amplas.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda ditujukan untuk menentukan hubungan linear antar beberapa variabel bebas yang biasa disebut  $X_1$ ,  $X_2$ , dan seterusnya dengan variabel terikat yang disebut  $Y$ . Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS 21 diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1.369	3.590		2.556	.016
1 Teknologi Informasi	.355	.062	.337	7.705	.000
Orientasi Pasar	.532	.076	.146	4.377	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Pelaku UMKM

Sumber: Data Diolah SPSS 21, 2022

Berdasarkan tabel coefficient diatas maka dapat dijelaskan pengaruh antara variabel Teknologi Informasi ( $X_1$ ) dan Orientasi Pasar ( $X_2$ ) terhadap variabel Kinerja Pelaku UMKM ( $Y$ ).

Tabel 1 menunjukkan hasil perhitungan regresi diperoleh nilai konstanta (a) sebesar 1,369; (b1) sebesar 0,355; dan (b2) sebesar 0,532 sehingga diperoleh persamaan regresi linear berganda  $Y = 1,369 + 0,355X_1 + 0,532X_2$  dimana variabel Teknologi Informasi dan Orientasi Pasar mempunyai pengaruh terhadap variabel Kinerja Pelaku UMKM.

## Hasil Pengujian Hipotesis

### Uji t (Uji Parsial)

Uji t secara parsial untuk membuktikan hipotesis awal tentang pengaruh Teknologi Informasi ( $X_1$ ) dan Orientasi Pasar ( $X_2$ ) sebagai variabel bebas terhadap Kinerja Pelaku UMKM ( $Y$ ) sebagai variabel terikat.

**Tabel 2 Hasil Uji t (Uji Parsial)**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1.369	3.590		2.556	.016
1 Teknologi Informasi	.355	.062	.337	7.705	.000
Orientasi Pasar	.532	.076	.146	4.377	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Pelaku UMKM

Sumber: Data diolah SPSS 21, 2022.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan:

- Diperoleh nilai  $t_{hitung} (7,705) > t_{tabel} (1,663)$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Artinya Teknologi Informasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kinerja Pelaku UMKM.
- Diperoleh nilai  $t_{hitung} (4,377) > t_{tabel} (1,663)$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Artinya Orientasi Pasar berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kinerja Pelaku UMKM.

### Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk melihat apakah variabel independen secara bersama-sama (serempak) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

**Tabel 3 Hasil Uji F (Uji Simultan)**  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	313.427	2	356.613	79.171	.000 <sup>b</sup>
Residual	240.872	81	4.420		
Total	654.107	83			

a. Dependent Variable: Kinerja Pelaku UMKM

b. Predictors: (Constant), Teknologi Informasi, Orientasi Pasar

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 79.171, derajat pembilang =  $k-1 = 3-1 = 2$ , derajat penyebut =  $n-k = 84-3 = 81$ ,  $F_{tabel} = 2.72$ . Berdasarkan tabel tersebut bahwa nilai  $F_{hitung} 79.171 > F_{tabel} 2.72$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Artinya variabel Teknologi Informasi ( $X_1$ ) dan Orientasi Pasar ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pelaku UMKM Gerai Ponsel di Kecamatan Medan

Amplas.

### Uji R<sup>2</sup> (Uji Determinasi)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

**Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.766	.794	.842	3.697

a. Predictors: (Constant), Teknologi Informasi, Orientasi Pasar

b. Dependent Variable: Kinerja Pelaku UMKM

Sumber : Data Diolah SPSS 21, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa :

1. Nilai R yaitu sebesar 0,766 (76,6%), dimana nilai koefisien korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara Teknologi Informasi dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pelaku UMKM adalah kuat, semakin besar R berarti hubungannya semakin sangat kuat.
2. R Square menunjukkan koefisien determinasi adalah sebesar 0,794 artinya persentase Teknologi Informasi dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pelaku UMKM sebesar 79.4%, sedangkan sisanya sebesar 20,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

### pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara Teknologi Informasi dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pelaku UMKM. Dalam penelitian ini penulis menggunakan Analisis data kuantitatif dengan populasi sebanyak 84 Pelaku UMKM dan penulis mengambil sampel dari seluruh jumlah populasi yaitu 84 Pelaku UMKM. Penelitian ini digunakan dengan cara membagikan kuesioner kepada Pelaku UMKM Gerai Ponsel di Kecamatan Medan Amplas.

#### 1. Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kinerja Pelaku UMKM

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pengaruh teknologi informasi terhadap kinerja pelaku UMKM diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,705  $> t_{tabel}$  1,663 dengan taraf signifikan 0,000  $<$  0,05. Maka dapat disimpulkan variabel teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pelaku UMKM Gerai Ponsel di Kecamatan Medan Amplas, sehingga hipotesis pertama (H<sub>1</sub>) terbukti. Hal ini menunjukkan bahwa Teknologi Informasi mempengaruhi Kinerja Pelaku UMKM Gerai Ponsel di Kecamatan Medan Amplas. Hal ini sesuai dengan penelitian Prabasiwi (2019) yang berjudul "Pengaruh Teknologi Informasi dan Strategi Diversifikasi terhadap Kinerja UMKM Kota Magelang". Hasil dari

penelitian ini menunjukkan bahwa Teknologi Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM.

#### 2. Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja pelaku UMKM

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pelaku UMKM diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,377  $>$   $t_{tabel}$  1,663 dengan taraf signifikan 0,000  $<$  0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel orientasi Pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pelaku UMKM Gerai Ponsel di Kecamatan Medan Amplas, sehingga hipotesis kedua (H<sub>2</sub>) terbukti. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi Pasar mempunyai pengaruh terhadap Kinerja Pelaku UMKM. Hasil penelitian ini sesuai dengan Fatimah (2021) yang berjudul "Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM berbasis online di Kota Dumai". Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa Variabel Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM berbasis online di Kota Dumai.

#### 3. Pengaruh Teknologi Informasi dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pelaku UMKM

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 79.171  $>$   $F_{tabel}$  2,72 dengan taraf signifikan sebesar 0,000  $<$  0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Teknologi Informasi dan Orientasi Pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pelaku UMKM. Dengan demikian hipotesis ketiga (H<sub>3</sub>) terbukti yaitu Teknologi Informasi dan Orientasi Pasar berpengaruh positif dan signifikan secara simultan Terhadap Kinerja Pelaku UMKM Gerai Ponsel di Kecamatan Medan Amplas. Hasil penelitian ini sesuai dengan Nova (2020) yang berjudul "Pengaruh Teknologi Informasi dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM Ponsel di Kota Cimahi". Hasil dari penelitian ini menunjukkan Pengaruh Teknologi Informasi dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM Ponsel di Kota Cimahi.

### 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan  $Y = 1,369 + 0,355X_1 + 0,532X_2$ . Konstanta (a) = 1.369 artinya jika variabel Teknologi Informasi (X<sub>1</sub>) dan Orientasi Pasar (X<sub>2</sub>) bernilai 0, maka Kinerja Pelaku UMKM (Y) adalah sebesar 1,369. Koefisien regresi variabel Teknologi Informasi (X<sub>1</sub>) meningkat sebesar 1 satuan maka variabel Kinerja Pelaku UMKM meningkat 0.355 atau sebesar 35.5%. Koefisien regresi variabel Orientasi Pasar (X<sub>2</sub>) = 0.532

artinya jika Orientasi Pasar ( $X_2$ ) meningkat sebesar 1 satuan maka variabel Keputusan Pembelian akan meningkat 0.532 atau 53.2%.

2. Hasil uji t (uji secara parsial) variabel Teknologi Informasi ( $X_1$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  (7.705) >  $t_{tabel}$  (1.663) dan nilai signifikan yaitu  $0,000 < 0,05$  ini berarti variabel Teknologi Informasi ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kinerja Pelaku UMKM (Y). Hasil uji t (uji secara parsial) variabel Orientasi Pasar ( $X_2$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  (4.377) >  $t_{tabel}$  (1.663) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  ini berarti variabel Orientasi Pasar ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kinerja Pelaku UMKM (Y).
3. Hasil uji F (uji secara simultan) menunjukkan nilai  $F_{hitung} = 79.171 > F_{tabel} = 2.72$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas Teknologi Informasi ( $X_1$ ) dan Orientasi Pasar ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat Kinerja Pelaku UMKM (Y).
4. Hasil perhitungan koefisien determinasi dapat dijelaskan bahwa tingkat pengaruh ( $R$  square) dari variabel Teknologi Informasi ( $X_1$ ) dan Orientasi Pasar ( $X_2$ ) sebesar 0.794. Berarti bahwa variabel Teknologi Informasi ( $X_1$ ) dan Orientasi Pasar ( $X_2$ ) memiliki pengaruh ( $R$  square) sebesar 79.4% terhadap variabel Kinerja Pelaku UMKM, sementara sisanya sebesar 20.6% dipengaruhi oleh variabel lain yang berada diluar penelitian.
5. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa Teknologi Informasi dan Orientasi Pasar mempunyai pengaruh dalam meningkatkan Kinerja Pelaku UMKM Gerai Ponsel di Kecamatan Medan Amplas.

## 6. REFERENSI

### Buku

- Abdul Kadir dan Terra Ch. Triwahyuni. (2016). *Pengenalan Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Arikunto, Suharsini. (2018). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darmawan, D. dan Wahyudin, D. (2017). *Teknologi Pendidikan, Cetakan ke-3*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hamali, Arif Yusuf. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Hani, Handoko. (2017). *Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.

- Hartono, Jogiyanto. (2017). *Teori Portofolio an Analisis Investasi, Edisi Kesepuluh*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasan, Ali. (2019). *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Indrawan dan Poppy. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Manajemen (Edisi 14)*. Global Edition: Pearson Education.
- Mulyadi. (2016). *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Peter dan Olson. (2017). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Sondang P. Siagian. (2016). *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2019). *Methodode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Kombinasi (mixed methods) Penelitian Tindakan (Action Research) Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sutabri, Tata. (2016). *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2017). *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*. Yogyakarta: ANDI.

### Jurnal

- Abbas Djamila. (2018). "Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM Kota Makasar". *Jurnal Manajemen 5 (1)*, 95-111.
- Asiah Omar Nor. (2018). "Exploring The Effect Of Internet Marketing Orientation And Market Orientation and Market Orientation on Performance: Sme (Exporters Perpectives". *Journal Business Economics and Management*, 5257-5278.
- Baldegger Rico. (2020). "The Influence of Digitalization, Entrepreneurship Orientation and Internationalization of Performance Micro Small and Medium Enterprises". *Journal Teknology Innovation Management 10 (4)*, 5-17.
- Bekti Kumalasari. (2019). "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kinerja Umkm Di Kabupaten Bojonegoro". *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 7 Nomor 3 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*
- Fatimah Siti. (2021). "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi terhadap Kinerja UMKM berbasis Online di Kota Dumai". *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis 16 (1)*, 13-24.

- Musran, Munizu. (2018). Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 12 No. 1, 33-44.
- Prabasiwi Nindinta. (2018). "Pengaruh Teknologi Informasi dan Strategi Diversifikasi terhadap Kinerja UMKM Kota Magelang". *Jurnal Riset Akuntansi dan Perbankan 15 (1)*, 444-459.
- Susilo Heru. (2018). "Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kinerja Individu PT. Telkom Divisi Regional V Surabaya". *Jurnal Administrasi Bisnis 39 (2)*, 169-175.