

**PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP KINERJA BISNIS DENGAN *HALAL SUPPLY*
CHAIN SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)
Di Provinsi Lampung)**

TESIS

**SITI MAISAROH
NPM: 2060102016**



Program Studi : Ekonomi Syariah

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H/2022 M**

**PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP KINERJA BISNIS DENGAN *HALAL SUPPLY*
CHAIN SEBAGAI VARIABEL MODERASI**
(Studi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)
Di Provinsi Lampung)

TESIS

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Memperoleh Gelar Magister Ekonomi (M.E)
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

SITI MAISAROH
NPM: 2060102016

Program Studi: Ekonomi Syariah

Pembimbing I : Dr. Syamsul Hila1, M.Ag
Pembimbing II : Dr. Hanif, SE., MM.

PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H/2022 M

ABSTRAK

Saat ini, perhatian terhadap kinerja UMKM sangatlah tinggi dikarenakan dapat membantu menghilangkan blokade dan menghasilkan prospek yang luas bagi UMKM untuk berkembang juga untuk bersaing kuat di pasar regional maupun global. Oleh karena itu, pelaku usaha bertanggungjawab untuk mengelola UMKM dan mencoba untuk mendapatkan UMKM yang lebih baik dari kinerja yang dihasilkan dengan menerapkan Orientasi Pasar dan Inovasi Produk. *Halal Supply Chain* adalah informasi yang mengalir dalam setiap rantai pasok harus sesuai dengan prinsip-prinsip hukum syariah. Indonesia adalah negara dengan mayoritas penduduk muslim, sehingga kesadaran akan pentingnya menerapkan syariat Islam dalam menjalani aktifitas ekonomi menyadarkan mereka untuk menanamkan konsep halal dalam interaksi ekonomi sehari-hari.

Berdasarkan hal tersebut, rumusan dalam penelitian ini adalah: Apakah Orientasi Pasar berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di Provinsi Lampung dengan *Halal Supply Chain* sebagai Variabel Moderasi?, Apakah Inovasi Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Provinsi Lampung dengan *Halal Supply Chain* sebagai variabel moderasi?. Tujuan pada penelitian ini yaitu Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Provinsi Lampung dengan *Halal Supply Chain* sebagai variabel moderasi dan Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Provinsi Lampung dengan *Halal Supply Chain* sebagai variabel moderasi

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal dari hasil jawaban angket yang peneliti distribusikan pada pelaku UMKM di Provinsi Lampung. Sampel yang digunakan memakai Teknik *Probability sampling* dengan hasil sampel yang digunakan 100 pelaku UMKM di Provinsi Lampung.

Hasil Penelitian ini adalah bahwa Orientasi pasar dan Inovasi Produk berpengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di Provinsi Lampung dengan *Halal Supply Chain* sebagai variabel Moderasi. Besarnya pengaruh Orientasi Pasar terhadap kinerja bisnis UMKM dengan *Halal Supply Chain* sebagai variabel moderasi sebesar 85,8%, selebihnya di pengaruhi oleh variabel lainnya. Besarnya pengaruh Inovasi Produk terhadap kinerja bisnis UMKM dengan *Halal Supply Chain* sebagai variabel moderasi sebesar 85,6%, selebihnya di pengaruhi oleh variabel lainnya. Hal tersebut memaknai bahwa semakin baik dalam Orientasi Pasar dan Inovasi Produk yang dimiliki oleh UMKM maka semakin baik juga kinerja yang ada pada UMKM.

Kata Kunci : Orientasi Pasar, Inovasi Produk, Kinerja Bisnis UMKM, *Halal Supply Chain*



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Maisaroh
NPM : 2060102016
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Tesis) yang berjudul:

“Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dengan *Halal Supply Chain* Sebagai Variabel Moderasi”. (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Provinsi Lampung)

Adalah benar-benar karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Bandar Lampung, 27 Desember 2022
Yang Menyatakan



Siti Maisaroh
NPM. 2060102016



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Jalan. Zainal Abidin Pagar Alam. Labuhan Ratu, Tlp. (0721) 5617070. Kota Bandar Lampung

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dengan *Halal Supply Chain* Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Provinsi Lampung)

Nama : Siti Maisaroh
NPM : 2060102016
Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Telah disetujui untuk diajukan dalam Ujian Tertutup pada Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, 29 September 2022

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Syamsul Hilal, M.Ag
NIP.196909272001121001


Dr. Hanif, SE., MM.
NIP.197408232000031001

Mengetahui
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah


Dr. Syamsul Hilal, M.Ag.
NIP. 196909272001121001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Jalan: Zainal Abidin Pagar Alam, Labuhan Ratu, Tlp: (0721) 5617070. Kota Bandar Lampung

PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Tesis yang berjudul “ **Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dengan *Halal Supply Chain* Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Provinsi Lampung)** ” ditulis oleh Siti Maisaroh dengan NPM 2060102016. Telah diujikan dalam ujian tertutup **06 Oktober 2022** dan disetujui untuk diajukan dalam Ujian Terbuka pada Program Pascasarjana (PPs) Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Prof. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.Si. (.....)

Sekretaris : Dr. Muhammad Iqbal Fasa, M.E.I (.....)

Penguji I : Prof. Dr. H. Suharto, S.H., MA. (.....)

Penguji II : Dr. Syamsul Hilal, S.Ag., M.Ag. (.....)

Penguji III : Dr. Hanif, SE., MM. (.....)



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

Jalan. Zainal Abidin Pagar Alam, Labuhan Ratu, Tlp. (0721) 5617070. Kota Bandar Lampung

PENGESAHAN

Tesis yang berjudul “ **Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dengan Halal Supply Chain Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Provinsi Lampung** “ ditulis oleh Siti Maisaroh dengan NPM 2060102016. Telah diujikan dalam Ujian Terbuka pada tanggal **19 Desember 2022** pada Program Pascasarjana (PPs) Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Prof. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.Si. (.....)

Sekretaris : Dr. Muhammad Iqbal Fasa, M.E.I (.....)

Penguji I : Prof. Dr. H. Suharto, S.H., MA. (.....)

Penguji II : Dr. Syamsul Hilal, S.Ag., M.Ag (.....)

Penguji III : Dr. Hanif, SE., MM. (.....)

Mengetahui,

Direktur Program Pascasarjana UIN Raden Intan Lampung



Prof. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I

19800812 003121 001

MOTTO

لَهُر مُعَقَّبَتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِّنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا
يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ
وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنِّ وَالٍ ﴿١١﴾

Artinya: "Sesungguhnya Allah tidak merubah Keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, Maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia." (Q.S. Ar-Rad: 13:11)

"Tuntulah ilmu di saat kamu miskin, ia akan menjadi hartamu di saat kamu kaya, ia akan menjadi perhiasanmu."

(Luqman al-Hakim)

"Dengan cinta hidup menjadi indah, Dengan ilmu hidup menjadi mudah, Dengan agama hidup menjadi terarah."

(May)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, Tesis sederhana ini ku persembahkan sebagai tanda cinta, sayang, dan hormat tak terhingga kepada:

1. Kedua orang tuaku, Ayah tercinta H. Hambali Husin dan Ibunda tercinta Hj. Urani dan kedua mertuaku, Bapak Amiruddin Dan Mamak Marfuah yang senantiasa memberikan doa, Support yang tak ada habisnya, kasih sayang, semangat, motivasi serta nasihat-nasihat yang baik.
2. SuamiKu tercinta Anshori Ilallah, S.Kom yang selalu mendukung, sabar dan menemaniku dalam perjuangan ini dari awal hingga akhir. I love you and thanks you so much.
3. Anak-anak bunda, M. Ashraf Al-Anshori, M. Tsabit Qeis Al-Anshori, Shakilla Putri Rifaya dan Afifah Hilya Nafisha makasih sayang, sudah bersabar dan mengerti akan kesibukan bunda selama ini, tanpa mengeluh dan menuntut karna tersitanya waktu kita bersama hingga tidak sempurna, bunda sayank kalian, dan maafkan bunda.
4. Ke 6 saudaraku Kyai Nur, Abang Ahmad, Baten Abdullah, Uny Iis dan Daeng Iin, dan Abang Hakim makasih banyak hingga saat ini kita sudah sama-sama berkeluarga tapi kalian tetap masih selalu mendukung dan selalu mendoakan adikmu hingga saat ini.
5. Saudara-saudara iparku, terimakasih banyak atas pengertian dan doanya
6. Ponakan-ponakan maksu yang tidak bisa disebutkan satu persatu makasih banyak atas doanya, semangat terus dalam berjuang menuntut ilmu, semoga kita bisa saling support dan saling mendoakan terus ya.
7. Rekan Kerja ku staff STISA Abdullah Bin Mas'ud, Mba Arum,Yani, Misgiyanto dan seluruh staff. dan jajarannya, terima kasih sudah memberikan doa dan dukungannya
8. Adik2ku Hikmah,Tesya, Bibah, dan Nuy makasih banyak atas bantuannya selama ini, sudah menjaga adik2 dan terimakasih atas

- doanya dan juga Mahasiswa STISA Abdullah Bin Mas'ud Online. Makasih banyak sudah mendoakan, kalian motivasiku.
9. Untuk teman dekat ku dan sahabat-sahabat rekan seperjuangan yang tak bisa kusebutkan satu persatu, semoga kesuksesan menghampiri kita semua. Teman-teman kelas EI.B dan juga yang lainnya angkatan 2020 terimakasih telah mengisi indahnyanya pertemanan di kehidupanku, dan Almamater tercinta kita.



RIWAYAT HIDUP

Penulis dianugerahi nama lengkap oleh ayahanda dan ibunda dengan nama Siti Maisaroh Dilahirkan pada 18 Maret 1986 di Kota Bogor. Putri Kesembilan dari sembilan bersaudara buah perkawinan pasangan Bapak H. Hambali Husin dan Ibu Hj Urani. Peneliti bersuami Anshori Ilallah, S.Kom, Ibu dari 4 Orang anak, 2 putra dan 2 putri. Adapun riwayat pendidikan penulis yang telah diselesaikan adalah :

1. Pendidikan di SDN 1 Merak Batin Natar, tamat pada tahun 1998.
2. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan di MTS Pondok Pesantren AL-Fatah Shuffah Hizbullah Natar tamat tahun 2001.
3. Selanjutnya, penulis melanjutkan jenjang pendidikan di MA Pondok Pesantren AL-Fatah Shuffah Hizbullah dan selesai pada tahun 2004
4. Kemudian, melanjutkan Diploma (D3) di Politeknik Pertanian Negeri Lampung (POLINELA) Jurusan Ekonomi dan Bisnis di tahun 2004-2007.
5. Kemudian Penulis melanjutkan Pendidikan di Strata (S1) di Dharmajaya Jurusan Ekonomi Akuntansi di tahun 2009-2012

Dengan mengucap Alhamdulillah dan puji syukur kepada Allah SWT., serta berkat Motivasi dari Ayah, Bunda, Suami, Anak-anak dan Keluarga, akhirnya penulis mempunyai kesempatan untuk melanjutkan jenjang pendidikan perguruan tinggi pada Pascasarjana UIN Raden Intan Lampung dan mengambil Program Magister studi Ekonomi Islam pada tahun 2020.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya, sehingga sampai saat ini penulis diberikan hidayah, rahmat, kesehatan, serta karunia-Nya dalam menyelesaikan Tesis yang berjudul: Pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja bisnis dengan halal supply chain sebagai variabel moderasi.

Shalawat beserta salam penulis sanjungkan kepada junjungan kita nabi Muhammad SAW beserta para sahabat dan pengikutnya. Tesis ini di tulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata 2 (S2) Jurusan Ekonomi Syariah UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Magister Ekonomi Syariah (M.E). Dalam menulis tesis ini penulis sadar tidak dapat berjalan sendiri sehingga dari berbagai pihak yang menuntun penulis dan memberikan motivasi untuk itu mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.Si selaku Direktur Program Pascasarjana (PPs) UIN Raden Intan Lampung yang selalu tanggap akan kesulitan mahasiswa/i.
2. Bapak Dr. Syamsul Hilal, M.Ag selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah sekaligus sebagai Pembimbing I dan Dr. Muhammad Iqbal Fasha, M.E.I selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah yang membantu mahasiswa/i dalam menyelesaikan setiap masalah seputar kegiatan perkuliahan.
3. Dr. Hanif selaku Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dalam membimbing, mengarahkan, dan memotivasi penulis hingga Tesis ini selesai.
4. Prof. Dr. H. Suharto, S.H., MA. Selaku penguji yang telah banyak memberi masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sehingga tesis ini selesai.
5. Bapak dan Ibu dosen serta civitas akademika Program Pascasarjana UIN Raden Intan Lampung Jurusan Ekonomi Syariah.

6. Semua pihak yang membantu memberikan motivasi terutama teman-teman seperjuangan tahun angkatan 2020 Program Pascasarjana UIN Raden Intan Lampung.

Penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan waktu, dana, dan kemampuan penulis dalam menulis Tesis. Untuk itu kepada para pembaca kiranya dapat memberi masukan dan saran-saran guna melengkapi hasil penelitian ini.

Akhirnya, penulis berharap hasil penelitian ini akan menjadi sumbangan yang berarti dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu-ilmu ke-Islaman di abad modern seperti saat ini.

Bandar Lampung, 27 Desember 2022

Penulis,

Siti Maisaroh
NPM. 2060102016



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
ABSTRAK.....	ii
PERNYATAAN ORISINIL	iv
PERSETUJUAN.....	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN	viii
RIWAYAT HIDUP.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Pembatasan Masalah	9
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian.....	9
2. Manfaat.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Grand Theory	13
1. Marketing Orientation Theory (MOT)	13
2. Kinerja Bisnis	14
3. <i>Supplay Chain Management</i> (SCM)	15
B. Orientasi Pasar	15
1. Orientasi Pasar Menurut Perspektif Islam	15
2. Definisi Orientasi Pasar.....	24
3. Konsep Strategi Orientasi Pasar	26
4. Indikator Orientasi Pasar	27
C. Inovasi Produk	27
1. Inovasi Produk Menurut Perspektif Islam	27

2. Pengertian Inovasi Produk	30
3. Inovasi Produk UMKM	32
4. Manfaat Inovasi	33
D. Halal Supply Chain	34
1. Definisi <i>Halal Supply Chain</i>	34
2. Integritas Halal	43
E. Supply Chain Management	53
1. Tujuan <i>Supply Chain Management</i>	54
2. Faktor-faktor Internal yang mempengaruhi Penerapan <i>Halal Supply Chain Management</i> (SCM) di Indonesia	55
3. Sistem <i>Halal Supply Chain management</i> di Indonesia	56
4. Peluang dan Tantangan Halal SCM di Indonesia	58
F. Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	59
G. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	61
1. Pengertian Usaha Kecil Menengah (UMKM)	61
2. Definisi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	62
3. Peranan Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM)	66
4. Kekuatan dan kelemahan Usaha Kecil Menengah (UMKM)	67
H. Penelitian Terdahulu	67
I. Kerangka Fikir	72
BAB III METODE PENELITIAN	75
A. Jenis dan Sifat Penelitian	75
1. Jenis Penelitian	75
2. Sifat penelitian	75
3. Lokasi Penelitian	76
4. Sumber Data	76
B. Populasi dan Sampel	77

1. Populasi	77
2. Teknik Sampel.....	78
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian	82
1. Variabel Independen	82
2. Variabel Dependen	84
3. Variabel Moderasi	85
D. Teknik Pengumpulan Data.....	94
1. Observasi	94
2. Wawancara	95
3. Angket	95
E. Uji Keabsahan Data	97
1. Uji Validitas	97
2. Uji Reabilitas	98
3. Uji Asumsi Klasik	99
4. Teknik Analisis Data	103
5. Uji Hipotesis	104
BAB IV PENGUJIAN DATA DAN ANALISIS DATA	109
A. Penyajian Data	109
1. Diskripsi Data Variabel Penelitian	109
2. Uji Keabsahan Data	119
3. Uji Asumsi Klasik	126
4. Teknik Analisi Data	132
5. Pengujian Hipotesis	136
B. Analisis Data	145
1. Pengaruh Orientasi Pasar (X_1) Terhadap Kinerja Bisnis UMKM Di Provinsi Lampung Dengan <i>Halal Supply Chain</i> Sebagai Variabel Moderasi	146
2. Pengaruh Inovasi Produk (X_2) Terhadap Kinerja Bisnis UMKM Di Provinsi Lampung Dengan <i>Halal Supply Chain</i> Sebagai Variabel Moderasi	152

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	159
A. Kesimpulan.....	159
B. Saran	160

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Rangkuman Kriteria	66
Tabel 3. 1	Data UMKM Kabupaten/Kota Pada Provinsi Lampung	78
Tabel 3.2	Jumlah sampel UMKM Setiap Kabupaten /Kota Provinsi Lampung	81
Tabel 3. 3	Definisi Operasional Variabel Penelitian	87
Tabel 3. 4	Skala Likert.....	96
Tabel 3. 5	Skor Alternatif Jawaban Pernyataan Angket	96
Tabel 3. 6	Skor Alternatif Jawaban Pernyataan Angket	97
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Skala Usaha	110
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .	112
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	113
Tabel 4. 4	Tanggapan Responden Mengenai Orientasi Pasar (X1)	114
Tabel 4. 5	Tanggapan Responden Mengenai Inovasi Produk (X2)	116
Tabel 4. 6	Tanggapan Responden Mengenai Halal Supply Chain (Z).....	117
Tabel 4. 7	Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Bisnis UMKM (Y).....	119
Tabel 4. 8	Uji Validitas Variabel Orientasi Pasar (X1)	121
Tabel 4. 9	Uji Validitas Variabel Inovasi Produk (X2)	122
Tabel 4. 10	Uji Validitas Variabel Kinerja Bisnis (Y)	123
Tabel 4. 11	Uji Validitas Variabel Halal Supply Chain.....	123
Tabel 4. 12	Uji Reliabilitas.....	125
Tabel 4. 13	Uji Linieritas	128
Tabel 4. 14	Hasil Uji Multikolinieritas	130
Tabel 4. 15	Uji Analisis Regresi Linier Berganda Model 1	133
Tabel 4. 16	Uji Analisis Regresi Linier Berganda Model 2	134
Tabel 4. 17	Hasil Uji T Model 1.....	137
Tabel 4. 18	Hasil Uji T Model 2.....	138
Tabel 4. 19	Hasil Uji F Model 1	140
Tabel 4. 20	Hasil Uji F Model 2.....	141
Tabel 4. 21	Uji Koefisien Determinasi (R ²) Model 1	143
Tabel 4. 22	Uji Koefisien Determinasi (R ²) Model 2	144
Tabel 4. 22	Uji Koefisien Determinasi (R ²) Model 3	145

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Analisis PESTEL SCM.....	56
Gambar 2. 2 Model Penelitian.....	74
Gambar 4. 1 Grafik Uji Normalitas	126
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	132



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian di Indonesia secara terus menerus mengalami pertumbuhan dan perubahan yang semakin terbuka pesat sehingga membuat persaingan semakin ketat. Terdapat dua kekuatan besar yang mendasari laju perubahan ekonomi dunia yaitu globalisasi dan kemajuan teknologi. Kedua kekuatan ini telah menyebabkan persaingan diantara berbagai usaha menjadi semakin ketat baik pada tingkat domestik maupun internasional. Pelaku usaha juga perlu mengetahui perubahan yang ada di lingkungan bisnis sehingga dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang lain. Adanya tekanan bisnis dari pesaing yang kuat, secara tidak langsung akan mempengaruhi kinerja bisnis.

Ada beberapa solusi yang digunakan untuk mengantisipasi persaingan tersebut yaitu strategi bersaing, tindakan inovasi dan orientasi pasar.¹ Kinerja bisnis merupakan faktor yang umum digunakan untuk mengukur dampak dari sebuah strategi perusahaan dalam menghadapi persaingan. Pengertian ini menegaskan bahwa kinerja bisnis bukanlah hal yang dapat terjadi begitu saja melainkan membutuhkan proses.²

¹ All Sukma Bakt, et., "Effect Of Market Orientation And Customer Value On Marketingperformance Of Lion Airlines Corporation," *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern* 3, no. 1 (2011):h.1–15.

² Ni Ketut Pertiwi Satwika and Ni Made Wulandari Kusuma Dewi, "Pengaruh Orientasi Pasar Serta Inovasi Terhadap Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Bisnis," *E-Jurnal Manajemen Unud* 7, no. 3 (2018): h.1481–1509.

Perkembangan UMKM telah memberikan dampak yang positif pada penyerapan tenaga kerja secara nasional.³ UMKM merupakan rumpun ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan dalam Undang-undang No. 20 Tahun 2008. Dalam perekonomian Indonesia, UMKM memegang peranan penting karena terbukti tahan terhadap berbagai guncangan krisis ekonomi dan telah diatur dalam payung hukum berdasarkan undang-undang yang telah ditetapkan pemerintah. Saat ini pemerintah berkomitmen dan mengupayakan percepatan akses dan transfer teknologi sebagai stimulus untuk mendorong pelaku UMKM yang inovatif agar mampu bersaing dengan para pelaku UMKM asing.⁴

Saat ini, perhatian terhadap kinerja UMKM sangatlah tinggi dikarenakan dapat membantu menghilangkan blokade dan menghasilkan prospek yang luas bagi UMKM untuk berkembang juga untuk bersaing kuat di pasar regional maupun global.⁵ Oleh karena itu, pelaku usaha sangat bertanggung jawab untuk mengelola UMKM dan mencoba untuk mendapatkan UMKM yang lebih baik dari kinerja yang dihasilkan melalui prosedur, rencana, dan strategi baru selama siklus hidup kewirausahaan.

Meningkatkan kinerja bisnis sektor UMKM dapat dipengaruhi berdasarkan orientasi pasar yang diterapkan

³ Siska Maya, "Strategi Peningkatan Penjualan Usaha Kecil Menengah Melalui E- Commerce Studi Kasus : Mitra UKM Perusahaan X," *JABE; Journal of Applied Business and Economics* Vol.2, no. No.3, Maret 2016 (2016): 271–279.

⁴ Rachmat Slamet et al., "Strategi Pengembangan Ukm Digital Dalam Menghadapi Era Pasar Bebas," *Jurnal Manajemen Indonesia* 16, no. 2 (2016): 136.

⁵ Ibrahim Murtala Aminu and Mohd Noor Mohd Shariff, "Influence of Strategic Orientation on SMEs Access to Finance in Nigeria," *Asian Social Science* 11, no. 4 (2015): 298–309.

pada sistem pemasaran⁶. Orientasi pasar dapat diartikan sebagai metode perusahaan untuk menciptakan kinerja yang unggul dan perilaku yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja perusahaan.⁷ Kinerja bisnis yang optimal dapat dicapai dengan menerapkan budaya yang berorientasi pasar, keinginan dan tuntutan dari pasar tersebut.⁸ Pelaku usaha dapat menilai kinerja internal atau eksternal mereka dengan menentukan pencapaian pasar produk mereka. Secara eksternal, kinerja perusahaan dapat ditingkatkan dengan pendekatan yang berorientasi pasar.⁹ Maka dari itu, orientasi pasar memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja bisnis suatu usaha.

Orientasi pasar merupakan budaya perusahaan yang bisa membawa peningkatan kinerja pemasaran. Mendefinisikan orientasi pasar sebagai budaya organisasi yang paling efektif dan efisien untuk menciptakan perilaku-perilaku yang dibutuhkan untuk menciptakan *superior value* bagi pembeli dan menghasilkan *superior performance* bagi perusahaan, apalagi dalam lingkungan yang bersaing ketat.¹⁰ Perusahaan yang telah menjadikan orientasi pasar

⁶ E Z Solikahan and A Ali Mohammad, "Entrepreneurial Orientation, Market Orientation and Financial Orientation in Supporting the Performance of Karawo SMEs in Gorontalo City," *Journal of Applied Management* 17, no. 4 (2019): 729–740, <http://dx.doi.org/10.21776/ub.jam.2019.017.04.17><http://dx.doi.org/10.21776/ub.jam.2019.017.04.17> (diakses 02 maret 2022)

⁷ Albert Maydeu-Olivares and Nora Lado, "Market Orientation and Business Economic Performance: A Mediated Model," *International Journal of Service Industry Management* 14, no. 3–4 (2003): h.284–309.

⁸ Frenky Andiyanoto and Syuhada Sufian Miyasto, "Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Bisnis," 2017. h.5

⁹ Gusti Ayu Ketut Giantari and Made Jatra, "The Role of Differentiation Strategy and Innovation in Mediating Market Orientation and the Business Performance," *Journal of Business Management and Economic Research* 3, no. 6 (2019): 39–60, <https://www.jobmer.org/vol-3-issue-6-2019/> (diakses 3 maret 2022)

¹⁰ S.F Narver, J.C. and Slater, "The Effect of Market Orientation on Business Profitability," *Journal of Marketing* (1990): h.20–35.

sebagai budaya organisasi akan berfokus pada kebutuhan pasar eksternal, keinginan dan permintaan pasar sebagai basis dalam penyusunan strategi bagi masing-masing unit bisnis dalam organisasi, dan menentukan keberhasilan perusahaan.¹¹

Kemajuan teknologi yang cepat dan tingginya tingkat persaingan selain orientasi pasar, perusahaan juga dituntut melakukan inovasi terus menerus yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja bisnis organisasi. Inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan kinerja organisasi.¹² Inovasi adalah memulai atau memperkenalkan sesuatu yang baru. Kebanyakan peneliti menyatakan definisi inovasi yang mencakup hasil produk dan proses baru. Inovasi sebagai upaya dari perusahaan melalui penggunaan teknologi dan informasi untuk mengembangkan, memproduksi dan memasarkan produk yang baru untuk industri.¹³

Di Indonesia, usaha mikro kecil menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor dengan kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yaitu mencapai 61 persen dan menyerap 97 persen dari total tenaga kerja. karena Indonesia memiliki kewajiban menjamin kehalalan produk, maka pelaku UMKM perlu melakukan penyesuaian dan persiapan terkait sertifikasi halal. Hal tersebut dilakukan agar pelaku UMKM mampu menjaga dan mempertahankan kehalalan produk mulai dari bahan mentah sampai

¹¹ Stanley F. Slater and John C. Narver, "Market Orientation and the Learning Organization," *Journal of Marketing* 59, no. 3 (1995): h.63.

¹² Hult Thomas Hurley Robert R, "Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination," *Journal of Marketing* (1998): h.42-54.

¹³ Luc Soete, Freeman Crish, *The Economics of Industrial Innovation*, 1st Editio. (London: Taylor & Francis, an informa company., 1997). h.1-470

pada konsumen akhir.¹⁴ Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM sampai dengan akhir Agustus 2022, Provinsi Lampung memiliki 156.150 unit koperasi dan UMKM yang tersebar di seluruh kabupaten/kota.

Hingga saat ini, masih sedikit pelaku UMKM di Provinsi Lampung yang memiliki sertifikasi halal dan masih sebatas pada kegiatan produksi, belum mencakup setiap rantai pasok. Manajemen rantai pasok menggambarkan koordinasi dari keseluruhan kegiatan rantai pasokan, dimulai dari bahan baku dan diakhiri dengan pelanggan yang puas. Dengan demikian, sebuah rantai pasok mencakup pemasok, perusahaan manufaktur dan/atau penyedia jasa, dan perusahaan distributor, grosir, dan/atau pengecer yang mengantarkan produk dan/jasa ke konsumen akhir. Rantai pasok terdiri dari semua pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam memenuhi permintaan pelanggan. Rantai pasok tidak hanya mencakup pabrik dan pemasok, tetapi juga pengangkut, gudang, pengecer, dan bahkan pelanggan itu sendiri.¹⁵

Selanjutnya, manajemen rantai pasok halal merupakan proses pengelolaan pengadaan, pergerakan, penyimpanan dan penanganan bahan, persediaan, barang setengah jadi, makanan dan non-makanan yang sesuai dengan prinsip syariah.¹⁶ Dasar utama rantai pasok halal adalah informasi yang mengalir dalam setiap rantai pasok harus sesuai dengan prinsip-prinsip hukum

¹⁴<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4136/pengembangan-umkm-menjadi-necessary-condition-untuk-mendorong-pertumbuhan-ekonomi>.(diakses 28 Desember 2022).

¹⁵ Hirson Kurnia, Barry Render, and Jay Heizer, *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan Dan Rantai Pasokan*, (Edisi 11. Jakarta: Salemba Empat, 2015). h. 615

¹⁶ Fauzan Aziz, Retno Setyorini, and Yulia Nur Hasanah, "Analisis Halal Supply Chain Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Makanan Di Kota Bandung," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): h.293.

syariah.¹⁷ Terdapat beberapa faktor yang menjadi kunci sukses rantai pasok halal yaitu dukungan pemerintah, asset khusus, teknologi informasi, sumber daya manusia, hubungan kolaborasi, sertifikasi halal, dan ketelurusan halal.¹⁸ Dukungan pemerintah dalam kesuksesan rantai pasok halal berupa dukungan untuk membantu dan mempromosikan industri halal, seperti mendirikan otoritas sertifikasi halal, menyediakan insentif untuk bisnis halal, mendanai penelitian tentang studi terkait halal melalui universitas dan lembaga penelitian, dan menyelenggarakan pelatihan halal untuk praktisi industri.¹⁹

Diketahui, Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk muslim. Maka dari itu kesadaran akan pentingnya menerapkan syariat Islam dalam menjalani kehidupan, membuat masyarakat muslim di Indonesia menanamkan konsep halal dalam kehidupan sehari-hari. Konsep halal adalah segala objek atau kegiatan yang diizinkan untuk digunakan atau dilaksanakan, Sehingga dapat disimpulkan bahwa halal merupakan suatu keharusan yang wajib untuk diperhatikan sebagai sebuah wujud kepatuhan kepada perintah Allah untuk menghindarkan dari siksa. Halal menjadi batasan pada segala sesuatu yang dikonsumsi atau digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Allah menyebutkan kewajiban mengkonsumsi yang halal dalam Al-Qur'an, QS.Al-Baqarah : 2 : 168:²⁰

¹⁷ Marco Tieman, "The Application of Halal in Supply Chain Management: In-Depth Interviews," *Journal of Islamic Marketing* 2, no. 2 (2011): h.186–195.

¹⁸ Mohd Hafiz Zulfakar, Marhani Mohamed Anuar, and Mohamed Syazwan Ab Talib, "Conceptual Framework on Halal Food Supply Chain Integrity Enhancement," *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 121 (2014): h.58–67.

¹⁹ P. Goh, M., & Pinaikul, "Logistics Management Practices and Development in Thailand, *Logistics Information Management*" (1998). h.359-369

²⁰ Katsir Ibnu Imam, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid 2. (Surakarta: Insan Kamil, 2015).

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: Hai Manusia, makanlah dari apa yang terdapat di bumi, yang halal dan yang thoyyib. Dan janganlah kamu menuruti jejak setan (yang suka melanggar atau melampaui batas). Sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Dalam tafsir Al-Muyassar Wahai manusia Makanlah dari rizki Allah yang Dia halalkan bagi kalian yang terdapat di bumi, dalam keadaan yang bersih dan bukan najis, yang bermanfaat dan tidak memadorotkan, dan janganlah kalian mengikuti jalan-jalan setan dalam penetapan halal dan haram, bid'ah serta maksiat-maksiat. Sesungguhnya ia adalah musuh kalian yang amat nyata permusuhannya.²¹

Ayat diatas menyerukan tentang kewajiban memakan makanan halal bagi seluruh manusia, bukan hanya umat Islam namun manusia secara keseluruhan karena komoditas halal tidak hanya digunakan oleh masyarakat yang beragama Islam tetapi juga dipakai oleh masyarakat luas yang peduli akan pentingnya menggunakan produk yang halal.²² Salah satu indikator tersedianya produk halal tersebut yaitu dengan melakukan rangkaian proses sertifikasi yang ketat dan terstandar berdasarkan Undang-undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) yang sehingga terjamin seluruh rangkaian produksinya mulai dari hulu ke hilir.

Kata “halal” memiliki lawan kata yakni “haram” yang memiliki makna tidak diizinkan atau dilarang

²¹ <https://tafsirweb.com/650-al-baqarah-ayat-168.html>. (diakses 08 Desember 2022)

²² Arin Fithriana and Rendy Putra Kusuma, “Implementasi Kebijakan Pangan Halal Indonesia: Keunggulan Kompetitif Dalam Tren Pangan Halal Di Asia Tenggara,” *Global Insight Journal* 3, no. 2 (2019): 1–18.

oleh syariat. Haram merupakan batasan dari segala sesuatu yang dilarang secara mutlak dan mengikat oleh Allah untuk dilakukan dengan ancaman siksa yang pedih di akhirat.²³ Di dalam, perintah mengkonsumsi yang halal, baik dan suci merupakan suatu kewajiban. Produk halal tidak hanya dipilih oleh masyarakat Muslim saja tetapi juga non Muslim karena terbukti lebih aman dan sangat baik bagi kesehatan tubuh manusia. Hukum Islam mengidentifikasi makna dari halal tersebut kedalam dua hal, yang pertama yaitu dapat dilihat dari zatnya (*dzatihi*) atau kandungan yang terdapat barang tersebut, apakah terdapat komponen atau bahan yang dilarang dan diharamkan seperti daging babi dan anjing. Kedua, adalah dilihat dari selain zatnya (*lighairi dzatihi*), apakah pada transaksi ketika memperoleh barang tersebut terdapat unsur yang dilarang oleh Allah yaitu riba, gharar, maysir atau cara mengolahnya serta membuatnya apakah jauh dari najis dan sudah sesuai dengan syariah.²⁴

Di Indonesia, keseriusan dalam menyediakan produk halal bagi pemerintah dibuktikan dengan dilahirkannya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UUJPH). UU JPH disahkan sebagai respon akan mendesaknya kebutuhan produk yang terjamin kehalalannya. Mengenai halal dan haram dalam rantai pasok mulai produsen hingga ke tangan konsumen yang melibatkan peran penyedia jasa seperti distributor, logistik, hub, subdistributor, pengecer, hingga sampai pada pengguna akhir (*end user*).

²³ Ibid.

²⁴ May Lim Charity, "Jaminan Produk Halal Di Indonesia," *Jurnal Legislasi Indonesia* 14, no. 1 (2017): 99–108.

B. Pembatasan Masalah

Guna mendapatkan hasil yang fokus dan jelas pada permasalahan serta mencapai sasaran yang diinginkan, maka perlu dilakukannya pembatasan masalah yang ingin diteliti. Peneliti membatasi penelitian ini pada kinerja bisnis pada UMKM yang ada di Provinsi Lampung. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan persepsi pelaku UMKM tentang *Halal Supply Chain* Sebagai Prioritas utama pada proses produksi produk yang dipasarkan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti, yaitu:

1. Apakah Orientasi Pasar berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Bisnis UMKM dengan *Halal Supply Chain* sebagai Variabel Moderasi?
2. Apakah Inovasi Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Bisnis UMKM dengan *Halal Supply Chain* sebagai Variabel Moderasi?

D. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Provinsi Lampung dengan *Halal Supply Chain* sebagai variabel moderasi
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Provinsi Lampung dengan *Halal Supply Chain* sebagai variabel moderasi

2. Manfaat

a. Manfaat Empiris

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) terutama tentang Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Bisnis pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan *Halal Supply Chain* sebagai variabel moderasi.

b. Manfaat Praktis

- 1) Memberikan sumbangan pemikiran bagi pelaku UMKM agar dapat mengoptimalkan dalam mengembangkan usaha yang dimilikinya dengan mengedepankan aspek agamanya jika pelaku Muslim tetapi jika non Muslim maka dapat memperkenalkan bahwa Islam sudah mengatur dari masukan hingga keluaran dalam segala aspek kehidupan terutama dalam perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM).
- 2) Menambah wawasan dan pengetahuan tentang Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Bisnis pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan *Halal Supply Chain* sebagai variabel
- 3) Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penyusunan laporan penelitian yang berhubungan dengan Kinerja Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dan dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya.
- 4) Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan masukan akan pentingnya Orientasi Pasar, Inovasi Produk dan *Halal Supply Chain* terhadap Kinerja

Bisnis pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Provinsi Lampung , menambah pengetahuan kepercayaan diri dalam pekerjaan yang dilakukan serta kesadaran dalam Tugas yang sudah diberikan dan sesuai dengan jabatan yang dimiliki. Selain itu, penelitian ini diharapkan memberikan gambaran dan saran bagi peneliti selanjutnya dalam mengambil faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja Bisnis.



BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan analisis Orientasi Pasar, Inovasi Produk dan *Halal Supply Chain* terhadap Kinerja UMKM di Provinsi Lampung yang telah peneliti paparkan pada bab-bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Orientasi Pasar berpengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Bisnis UMKM dengan *Halal Supply Chain* sebagai variabel moderasi. Besarnya pengaruh Orientasi Pasar terhadap kinerja bisnis UMKM dengan *Halal Supply Chain* sebagai variabel moderasi sebesar 85,8%, selebihnya di pengaruhi oleh variabel lainnya. Hal tersebut memaknai bahwa terdapat pengaruh antara Orientasi Pasar terhadap kinerja bisnis UMKM yang dimoderasi oleh *Halal Supply Chain* sebagai variabel moderasi. Artinya semakin baik *Halal Supply Chain* yang diterapkan suatu perusahaan maka Orientasi pasar juga akan diterima dan diterapkan pada bisnis yang dilakukan dengan hasil kinerja yang diperoleh UMKM juga semakin baik. Setiap orang dapat memilih usaha dan pekerjaan sesuai dengan bakat, keterampilan, dan faktor lingkungan masing-masing. Salah satu bidang pekerjaan yang dapat dipilih adalah berdagang. Berdagang sebagai bagian dari bisnis, maka pekerjaan dagang mendapat tempat terhormat dalam ajaran agama Islam.
2. Variabel Inovasi Produk berpengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Bisnis UMKM dengan *Halal Supply Chain* sebagai variabel moderasi. Besarnya pengaruh Inovasi Produk terhadap kinerja UMKM dengan *Halal Supply Chain* sebagai variabel moderasi sebesar

85,6%, artinya terdapat variabel lain yang juga mempengaruhi Kinerja Bisnis UMKM Provinsi Lampung. Sebagian besar UMKM telah memahami bahwa Inovasi Produk merupakan sesuatu inovasi yang sangat dibutuhkan agar suatu usahanya terus berjalan dan bertahan. Namun masih ada beberapa UMKM yang menyatakan bahwa pemahaman mengenai pendapatan dan pengeluaran kas belum maksimal.

B. Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian dan kesimpulan yang telah peneliti uraikan pada pembahasan sebelumnya maka dalam hal ini peneliti akan merekomendasikan beberapa masukan, yaitu sebagai berikut:

1. Penerapan Orientasi Pasar berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM. Bagi UMKM diharapkan untuk menerapkan Orientasi Pasar baik dari segi produksi maupun pemasaran. Karena dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong kinerja bisnis UMKM. Inovasi Produk berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Bagi UMKM, diharapkan dapat memaksimalkan dalam penerapan Inovasi Produknya dalam menjalankan usahanya. Penerapan Inovasi Produk dapat membuat UMKM lebih efisien dan dapat meningkatkan produktivitas serta penjualannya. Diharapkan pula bagi karyawan UMKM untuk lebih berinovasi dan melakukan pelatihan-pelatihan atau penyuluhan dalam proses kreatifitas inovasi produk agar selalu diperbaharui sesuai dengan trend dan zaman sehingga produk yang dipasarkan selalu berinovasi baik dari segi produksi maupun penampilannya dan bisa bersaing dengan produk-produk lainnya dipasaran. *Halal Supply Chain* sebagai variabel moderasi mampu

memediasi pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja bisnis UMKM. Sehingga para pelaku UMKM perlu melakukan penerapan *Halal Supply Chain* yang lebih maksimal untuk meningkatkan kinerja pada usaha yang dijalankan.

2. Bagi Dinas Koperasi & UMKM Provinsi Lampung agar dapat mendukung proses peningkatan kualitas UMKM melalui pelatihan teknis guna menambah keterampilan para pelaku UMKM. Selain itu, Dinas Koperasi & UMKM sebaiknya melakukan sosialisasi dan pelatihan mengenai penerapan *Halal Supply Chain*. Sehingga pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM dalam penerapan *Halal Supply Chain* dapat ditingkatkan.
3. Bagi Masyarakat
Dalam mendukung kinerja bisnis dan berkembangnya UMKM di Provinsi Lampung maka masyarakat setidaknya secara aktif dapat mengkonsumsi/membeli produk yang diproduksi oleh UMKM yang ada di Provinsi Lampung.
4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambah jumlah variabel lain—terkait Kinerja bisnis UMKM. Hal ini dimaksudkan agar dapat diketahui lebih banyak lagi faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja UMKM.



DAFTAR PUSTAKA

- A. Rahman. *Penjelasan Lengkap Hukum-Hukum Allah (Syariah)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Ab Talib, M., Hamid, A., & Zulfakar, M. "Halal Supply Chain Critical Success Factor: A Literature Review." *Journal of Islamic Marketing* 6 (2015): 44–71.
- Ahmad Tanzeh dan Suyitno. *Dasar-Dasar Penelitian*. Surabaya: Lembaga Kajian Agama dan Filsafat (eLKAF, 2006).
- Ajay K. Kohli and Bernard J. Jaworski. "Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications." *Journal of Marketing* 54, no. 2 (1990): 1–18.
- Al-Qur'an Surat An-Nisa' ayat 29. *Yayasan Penyelenggara Penerjemah Dan Penafsir Al-Qur'an, Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. Jakarta: Kementrian Agama RI, 2012.
- Aminu, Ibrahim Murtala, and Mohd Noor Mohd Shariff. "Influence of Strategic Orientation on SMEs Access to Finance in Nigeria." *Asian Social Science* 11, no. 4 (2015): 298–309.
- Andini, S. A. "Perancangan Dan Implementasi Supply Chain Management (SCM) Pada CV Hayati Padang. Edik Informatika," 2017.
- Andiyanto, Frenky, and Syuhada Sufian Miyasto. "Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Bisnis," 2017.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2018.
- Aronoff, C., & Ward, J. *Family-Owned Businesses: A Thing of the Past or a Model of the Future? Family Business Review*. 8(2), 1995.
- Athief Fuady. "Analisis Pengaruh Halal Food Supply Chain Terhadap Kinerja UMKM Halal," 2019.
- Aziz, Fauzan, Retno Setyorini, and Yulia Nur Hasanah. "Analisis

- Halal Supply Chain Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Makanan Di Kota Bandung.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 294.
- Bahrudin, S., Tan, M., & Desa, M. “Tracking and Tracing Technology for Halal Product Integrity over the Supply Chain.” *Proceedings of the 2011 International Conference on Electrical Engineering and Informatics* (n.d.): 1–7.
- Charity, May Lim. “Jaminan Produk Halal Di Indonesia.” *Jurnal Legislasi Indonesia* 14, no. 1 (2017): 99–108.
- Craven, D.W. *Pemasaran Strategis. Terjemahan*. Keempat. Jakarta: Erlangga, 1996.
- Etta Mamang Sangadji, S Sopiah. *Metode Penilitin Pendekatan Praktik Dalam Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset, 2012.
- Farid. *Kewirausahaan Syariah Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Faridah, Hayyun Durrotul. “Halal Certification in Indonesia; History, Development, and Implementation.” *Journal of Halal Product and Research* 2, no. 2 (2019): 68.
- Fithriana, Arin, and Rendy Putra Kusuma. “Implementasi Kebijakan Pangan Halal Indonesia: Keunggulan Kompetitif Dalam Tren Pangan Halal Di Asia Tenggara.” *Global Insight Journal* 3, no. 2 (2019): 1–18.
- Fitri, Rari Ulima, Jurusan Administrasi Niaga, and Politeknik Negeri Bandung. “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Inovasi Produk Dan Kinerja Perusahaan (Usaha Mikro Kecil Kabupaten Bandung Barat).” *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 7, no. 3 (2022): 137–149.
- Freeman Crish, Luc Soete. *The Economics of Industrial Innovation*. 1st Editio. London: Taylor & Francis, an informa company., 1997.
- Ghazali. *Model Pcrsamaan Structural Konsep Dan Aplikasi Dengan*

Program AMOS Ver. 5.0, 2008.

- Giantari, Gusti Ayu Ketut, and Made Jatra. "The Role of Differentiation Strategy and Innovation in Mediating Market Orientation and the Business Performance." *Journal of Business Management and Economic Research* 3, no. 6 (2019): 39–60. <https://www.jobmer.org/vol-3-issue-6-2019/>.
- Goh, M., & Pinaikul, P. "Logistics Management Practices and Development in Thailand, Logistics Information Management" (1998).
- Halim, Abdul. "Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan* 1, no. 2 (2020): 157–172. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>.
- Hasanah, Miftahul, and Abd Rohman Fahrudin. "Analisis Halal Supply Chain Management (SCM) Dalam Perspektif Maqashid Syariah." *At-Tasharruf; Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah* 2, no. 2 (2020): 73–79.
- Heiens, RA. "Market Orientation: Toward an Integrated Framework." *Academy of Marketing Science Review* 1, no. 1 (2000): 1–4. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.198.9259&rep=rep1&type=pdf>.
- Heri Kurniawan, Sofyan Yamin. *SPSS COMPLETE: Teknik Analisis Statistik Terlengkap Dengan Software SPSS*. Jakarta: Salemba Infotek, 2009.
- Herlambang, Ghiffari & Mawardi Mukhammad Kholid. "UKM (Studi Pada Sentra UKM Meubel Di RW 01 Dan RW 02, Kelurahan Tunjungsekar, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang)" 49, no. 2 (n.d.): 56–62.
- Hubeis Musa. *Manajemen Kreativitas Dan Inovasi Dalam Bisnis*. Jakarta: Utama, Hecca Mitra, 2005.
- Hurley Robert R, Hult Thomas. "Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical

- Examination.” *Journal of Marketing* (1998): 42–54.
- J.C.Narver., Slater S.F. And. “The Positive Effect of a Market Orientation on Business Profitability: A Balanced Replication.” *Journal of Business Research* 48, no. 1 (2000): 69–73.
- J, Hammant. “Information Technology Trends in Logistics’, Logistics Information Management” 8, no. 6 (1995): 32–37.
- Jaafar, H. Osman, M. R., And E.N., Omar. “Assessing Halalan-Toyyiban Food Supply Chain In The Poultry Industry.” *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, (2012): 1–9.
- Julaika H. “Kontribusi Ke PDB Hingga 60% UMKM Terus Digenjot.”
<https://mediaindonesia.com/Nusantara/340785/Kontribusi-Ke-Pdb-Hingga-60-Umkm-Terus-Digenjot>, 2020.
- Katsir Ibnu Imam. *Tafsir Ibnu Katsir*. Jilid 2. Surakarta: Insan Kamil, 2015.
- Kertajaya, H. dan Sula, M. *Syariah Marketing*. Bandung, 2006.
- Kurnia, Hirson, Barry Render, and Jay Heizer. *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan Dan Rantai Pasokan*. (Edisi 11. Jakarta: Salemba Empat, 2015.
- Iamb, Charles W, Joseph F.Hair, Carl McDanniel. *Pemasaran*. Edited by Octarevia David. Satu. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Larasati D Karina. “Pengaruh Literasi Keuangan, Kompensasi Sumber Daya Manusia Dan Modal Usaha Terhadap Kinerja UMKM Di Surabaya” (2018).
- Lexy J. Moleong. *Metologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- M. B. Hendrie Anto. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta: Ekonesia, 2003.
- M. Munizu. “Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Dan Kecil (UMKM) Di Sulawesi Selatan”, *Journal Of Management and Entrepreneurship*” 12, no. 1 (2011): 24.

- M.N, Shamsudin, Rezai, G., Mohamed, Z. “Assessment of Consumers’ Confidence on Halal Labelled Manufactured Food in Malaysia.” *Pertanika Journal of Social Science & Humanity*, 20, no. 1 (2012): 33–42.
- Ma’rifat, Tian Nur, and Arief Rahmawan. “Pengembangan Kerangka Konseptual Model Rantai Pasok Halal Pada Komoditas Daging Ayam Di Kabupaten Ponorogo.” *Jurnal Pertanian Cemara* 15, no. 2 (2018): 29–35.
- Makarim Haikal Muhammad. “Analysis of the Effect of Halal Supply Chain Management and Green Supply Chain Management on Corporate Performance (Case Study of Culinary Industry SMEs in Sleman Regency)” (2019): 58.
- Maya, Siska. “Strategi Peningkatan Penjualan Usaha Kecil Menengah Melalui E- Commerce Studi Kasus : Mitra UKM Perusahaan X.” *JABE; Journal of Applied Business and Economics* Vol.2, no. No.3, Maret 2016 (2016): 271–279.
- Maydeu-Olivares, Albert, and Nora Lado. “Market Orientation and Business Economic Performance: A Mediated Model.” *International Journal of Service Industry Management* 14, no. 3–4 (2003): 284–309.
- Mizin Azrori. “Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Zhorif Di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang Skripsi” 1, no. 1 (2018): 1–103.
- Muhamad Syazali, Novalia and. “Olah Data Penelitian.” Bandar Lampung: Anugrah Utama Raharja, 2016.
- Munizu, Musran. “Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Dan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Rantai Pasokan (Studi Kasus Ikm Pengolah Buah Markisa Di Kota Makassar).” *Jurnal Manajemen dan Agribisnis* 14, no. 1 (2017): 32–42.
- Narver, J.C. and Slater, S.F. “The Effect of Market Orientation on Business Profitability.” *Journal of Marketing* (1990): 20–35.
- Novarini, Ni Nyoman Ari, and Desak Ayu Sriary Bhegawati.

- “Pengaruh Inovasi Produk Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Minat Beli Customer Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Pudding Art Di Kota Denpasar.” *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 3, no. 3 (2020): 327–335.
- Nugroho Setiadi J. *Perilaku Konsumen Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Predana Media, 2003.
- Pangaribuan, R U. “Dampak Sertifikasi Halal Terhadap Kinerja Rantai Pasok Pia Kacang.” Universitas Sumatera Utama Medan, 2021. <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/42123>.
- Prof. Dr. Hj. Sedarmayanti, M. Pd., APU. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Reformasi Birokrasi Dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Edited by Sumayyah Dinah. Edisi revi. Bandung : Refika Aditama, 2016.
- Putra, B s. “Pengukuran Kinerja Halal Supply Chain Management Pada Pamella Satu Supermarket Dengan Pendekatan Analytical Hierarchy Process (Ahp) Dan Supply Chain ...” (2021).
- Rahmadi, Afif Nur, Tontowi Jauhari, and Bothy Dewandaru. “Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM Di Jalanan Kota Kediri.” *Jurnal Ekbis* 21, no. 2 (2020): 178.
- Rahman, Abdul. “Pengaruh Strategi Orientasi Wirausaha Dan Orientasi Pasar Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Perusahaan Ukm Di Kota Makassar.” *Sentralisasi* 8, no. 2 (2019): 108.
- Samsi, Siti Zakiah Melatu, Rahayu Tasnim, and Othman Ibrahim. “Stakeholders’ Role for an Efficient Traceability System in Halal Industry Supply Chain,” no. 1995 (2011).
- Satwika, Ni Ketut Pertiwi, and Ni Made Wulandari Kusuma Dewi. “Pengaruh Orientasi Pasar Serta Inovasi Terhadap Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Bisnis.” *E-Jurnal Manajemen Unud* 7, no. 3 (2018): 1481–1509.
- Simatupang, R. Sridharan and T.M. “The Collaborative Supply

- Chain.” *The International Journal of Logistics Management* 13, no. 1 (2002): 15–30.
- Siti, N. Fadilah dan Kamilah. *Marketing Syariah: Hubungan Antara Agama Dan Ekonomi*, 2017.
- Siwa Dinesh. “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Lingkungan Bisnis Dan Kemampuan Manajemen Terhadap Kinerja Usaha Pada UMKM Kuliner Pagaruyung Medan,” 2018.
- Slamet, Rachmat, Bilpen Nainggolan, Roessobiyatno Roessobiyatno, Heru Ramdani, Agung Hendriyanto, and Luk Luâ€™ul Ilma. “Strategi Pengembangan Ukm Digital Dalam Menghadapi Era Pasar Bebas.” *Jurnal Manajemen Indonesia* 16, no. 2 (2016): 136.
- Slater, Stanley F., and John C. Narver. “Market Orientation and the Learning Organization.” *Journal of Marketing* 59, no. 3 (1995): 63.
- Solikahan, E Z, and A Ali Mohammad. “Entrepreneurial Orientation, Market Orientation and Financial Orientation in Supporting the Performance of Karawo SMEs in Gorontalo City.” *Journal of Applied Management* 17, no. 4 (2019): 729–740.
<http://dx.doi.org/10.21776/ub.jam.2019.017.04.17>
<http://dx.doi.org/10.21776/ub.jam.2019.017.04.17>.
- Stanton, J William. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 1984.
- Suci, Yuli Rahmini. “Development of MSME (Micro, Small and Medium Enterprises) in Indonesia.” *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* 6, no. 1 (2017): 51–58.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung, 2014.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung, 2017.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- . *Statistik Untuk Penelitian*. Ban: Alfabeta, 2018.

- Sukma Bakt, et., All. "Effect Of Market Orientation And Customer Value On Marketingperformance Of Lion Airlines Corporation." *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern* 3, no. 1 (2011): 1–15.
- Suryana. *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2011.
- Tieman, Marco. "The Application of Halal in Supply Chain Management: Indepth Interviews." *Journal of Islamic Marketing* 2, no. 2 (2011): 186–195.
- Tieman, Marco. "The Application of Halal in Supply Chain Management: In-Depth Interviews." *Journal of Islamic Marketing* 2, no. 2 (2011): 186–195.
- Tika, Moh. Pabundu. *Metodelogi Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Vikaliana, Resista, Yuli Evitha, Dan Aziza, and Leila Komala. "Model Halal Traceability Dengan Pendekatan CLD Pada Manajemen Rantai Pasokan Makanan Menggunakan Teknologi Blockchain." *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi* 5, no. 2 (2021): 150–160. <http://www.halalmui.org/mui14/main/page/data-statistik-produk-halal-lppom->.
- Wahyono. "Orientasi Pasar Dan Inovasi: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran." *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 2002.
- Webster, F. E. Jr. *The Rediscovery of the Marketing Concept. Business Horizons*, 1988.
- Zulfakar, Mohd Hafiz, Marhani Mohamed Anuar, and Mohamed Syazwan Ab Talib. "Conceptual Framework on Halal Food Supply Chain Integrity Enhancement." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 121 (2014): 58–67.
- "<https://Alquranmulia.Wordpress.Com/2015/04/06/Tafsir-Ibnu-Katsir-Surat-Al-Baqarah-Ayat-172-173/>."