

**PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN  
YANG DIMEDIASI OLEH KEUNGGULAN BERSAING**  
(Studi kasus pada UMKM tas dan dompet di Kabupaten Jombang)

**ABSTRAK**

Oleh :

Yanis Nurhidayat

**Dosen Pembimbing :**

**Dr. Abd Rohim, SE., M.Si**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM Tas dan Dompet di Kabupaten Jombang yang dimediasi keunggulan bersaing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM Tas dan Dompet di Kabupaten Jombang yang dimediasi keunggulan bersaing. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian eksplanasi (*eksplanatory research*). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM Tas dan Dompet di Kabupaten Jombang. Teknik analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, analisis SEM dengan menggunakan software WarpPLS 5.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Orientasi pasar tidak mampu meningkatkan kinerja UMKM tas dan dompet di Jombang. Semakin baik keunggulan bersaing maka akan mampu meningkatkan kinerja perusahaan. Keunggulan bersaing yang baik yang dimiliki oleh UMKM akan mampu menarik konsumen untuk membeli produk suatu UMKM sehingga kinerja UMKM akan semakin meningkat. Keunggulan bersaing maka akan mampu memediasi orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan.

**Kata Kunci : orientasi pasar, keunggulan bersaing dan kinerja UMKM**

**THE EFFECT OF MARKET ORIENTATION ON THE PERFORMANCE  
OF COMPANIES MEDIATED BY COMPETITIVE ADVANTAGES  
(Case study on UMKM bags and wallets in Jombang Regency)**

**ABSTRACT**

By:

Yanis Nurhidayat

**Conselor :**

**Dr. Abd Rohim, SE., M.Si**

This study aims to determine and analyze the effect of market orientation on the performance of UMKM Bags and Wallets in Jombang which is mediated by competitive advantage. This study aims to determine and analyze the effect of market orientation on the performance of UMKM Bags and Wallets in Jombang which is mediated by competitive advantage. Research uses a quantitative approach. Type of explanatory research. The population used in this study is the SME Bags and Wallets in Jombang Regency. The analysis techniques used include validity, reliability, descriptive analysis, SEM analysis using WarpPLS 5.0 software. The results showed that market orientation was unable to improve the performance of UMKM bags and wallets in Jombang. The better competitive advantage will be able to improve company performance. A good competitive advantage owned by UMKM will be able to attract consumers to buy UMKM products so that UMKM performance will increase. Competitive advantage will be able to mediate market orientation towards company performance.

Keywords: market orientation, competitive advantage and UMKM performance

