

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisa pengaruh Enterpreunurial Orientation dan Market Orientation terhadap Kinerja Bisnis pelaku UMKM pada kawasan Kec.Telanaipura Kota Jambi. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM pada kawasan Kec.Telanaipura Kota Jambi sebanyak 101 responden dan sampel 51 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan menggunakan alat analisis data SPSS 28. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Enterpreunurial Orientation tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis, Market Orientation berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis. Disarankan untuk kedepannya pelaku UMKM dapat meningkatkan preferensi guna mendukung ide baru dan berpikir kreatif yang akan menghasilkan sesuatu yang baru, diharapkan pelaku UMKM lebih meningkatkan lagi koordinasi pada setiap fungsional usahanya, perlunya lagi pelaku UMKM meningkatkan usaha agresif dalam meraih pasar dan memperhatikan pasar dimana produk diterima oleh konsumen.

Kata Kunci: Enterpreunurial Orientation, Market Orientation terhadap Kinerja Bisnis

ABSTRACT

This study aims to test and analyse the effect of Enterpreunurial Orientation and Market Orientation on the Business Performance of UMKM players in the Telanaipura District of Jambi City. The target population in this study were UMKM players in the Telanaipura District of Jambi City as many as 101 respondents and a sample of 51 respondents. This study uses a quantitative approach with a survey method and uses the SPSS 28 data analysis tool. The results showed that Enterpreunurial Orientation had no positive and significant effect on Business Performance, Market Orientation had a positive and significant effect on Business Performance. It is recommended that in the future UMKM actors can increase preferences to support new ideas and creative thinking that will produce something new, it is hoped that UMKM actors will further increase coordination in each functional business, it is necessary for UMKM actors to increase aggressive efforts in reaching the market and pay attention to the market where products are accepted by consumers.

Kata Kunci: Enterpreunurial Orientation, Market Orientation terhadap Business Performance