

HALAMAN MOTTO

”Tidak ada yang instan jadi bertempurlah sampai titik darah penghabisan”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, penulis mempersembahkan skripsi ini sebagai wujud rasa terima kasih, penghargaan, dan ungkapan kasih sayang kepada berbagai pihak yang telah memberikan doa, dukungan, motivasi, serta bantuan selama proses penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini penulis persembahkan kepada pihak-pihak yang telah memberikan peran penting dalam perjalanan akademik penulis:

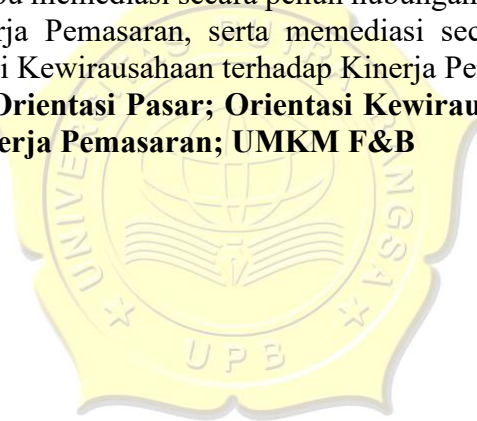
1. Kepada kedua orangtua tercinta, support system terbaik Bapak Sukhah dan Ibu Mim Rofingah. Yang senantiasa mengusakan anak pertamanya ini menempuh Pendidikan setinggi-tingginya terimakasih selalu memberikan dukungan baik moral maupun material, serta selalu memanjatkan do'a untuk kelancaran dan kemudahan penulis, selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Yang tidak ada henti nentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini, semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan dan keberkahan kepada beliau karena sudah menjadi figur orangtua yang terbaik bagi penulis terimakasih sudah selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian hidup penulis.
2. Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M., yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

3. Parmin, S.E., M.M., yang telah memberikan dukungan, arahan, serta motivasi kepada penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa.
4. Ibu dan Bapak dosen Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan, serta pengalaman yang sangat bermanfaat selama penulis menjalani proses perkuliahan.
5. Kepada sahabat dan teman-teman Manajemen Reguler D Angkatan 2022 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku kuliah.
6. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Anggi Nur Aprilia, terimakasih sudah selalu sabar dalam menemani dan mendengarkan keluh kesah saya dalam suka maupun duka serta memberikan dukungan usaha yang diberikan mulai dari waktu, do'a dan support dalam proses penyusunan skripsi ini dan semangat hingga saya berhasil sampai selesai. Terimakasih telah menjadi bagian perjalanan saya semoga segala harapan baik yang telah direncanakan bisa terwujud dikemudian hari.
7. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini sehingga penulis dapat memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran dengan Keunggulan Bersaing sebagai variabel mediasi pada UMKM F&B di Kabupaten Kebumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 70 responden yang merupakan pelaku UMKM F&B di Kabupaten Kebumen. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Orientasi Pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing, Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing, Orientasi Pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran, Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran, serta Keunggulan Bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran. Selain itu, hasil pengujian efek tidak langsung menunjukkan bahwa Keunggulan Bersaing mampu memediasi secara penuh hubungan antara Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran, serta memediasi secara parsial hubungan antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran.

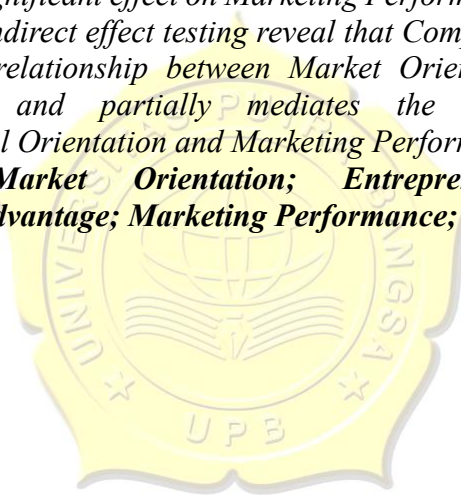
Kata Kunci: Orientasi Pasar; Orientasi Kewirausahaan; Keunggulan Bersaing; Kinerja Pemasaran; UMKM F&B



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation on Marketing Performance with Competitive Advantage as a mediating variable in Food and Beverage (F&B) Small and Medium Enterprises (SMEs) in Kebumen Regency. This study employs a quantitative method with data collected through questionnaires distributed to 70 respondents who are F&B SME owners and managers in Kebumen Regency. The data analysis technique used is Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the assistance of SmartPLS 4 software. The results indicate that Market Orientation has a positive and significant effect on Competitive Advantage, Entrepreneurial Orientation has a positive and significant effect on Competitive Advantage, Market Orientation does not have a significant direct effect on Marketing Performance, Entrepreneurial Orientation has a positive and significant effect on Marketing Performance, and Competitive Advantage has a positive and significant effect on Marketing Performance. Furthermore, the results of the indirect effect testing reveal that Competitive Advantage fully mediates the relationship between Market Orientation and Marketing Performance, and partially mediates the relationship between Entrepreneurial Orientation and Marketing Performance.

Keywords: *Market Orientation; Entrepreneurial Orientation; Competitive Advantage; Marketing Performance; F&B SMEs*



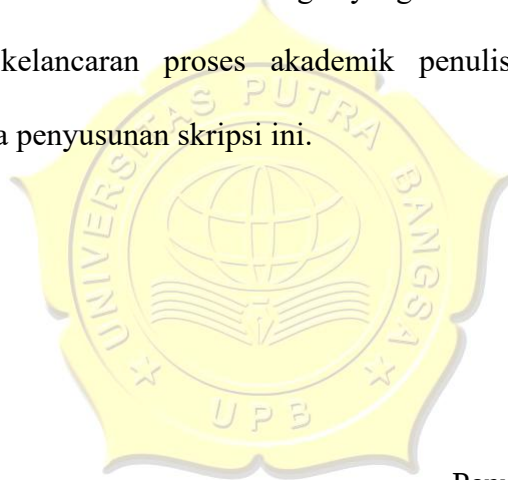
KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, serta kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dimediasi Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm F&B Di Kabupaten Kebumen”. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen S1 Universitas Putra Bangsa. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa terdapat berbagai kendala dan keterbatasan. Dukungan, bantuan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini, dan penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Kepada kedua orangtua tercinta, support system terbaik Bapak Sukhah dan Ibu Mim Rofingah. Yang senantiasa mengusakan anak pertamanya ini menempuh Pendidikan setinggi-tingginya terimakasih selalu memberikan dukungan baik moral maupun material, serta selalu memenjatkan do'a untuk kelancaran dan kemudahan penulis, selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia.
2. Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Putra Bangsa sekaligus dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta

motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

3. Parmin, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan dukungan serta arahan selama penulis menempuh pendidikan di Program Studi Manajemen.
4. Ibu dan Bapak dosen Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan, serta pengalaman selama masa perkuliahan sehingga penulis memperoleh bekal yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
5. Civitas Akademik Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan dukungan dan membantu kelancaran proses akademik penulis selama menempuh pendidikan hingga penyusunan skripsi ini.



Penulis, 27 April, 2026

Muhamad Wafa Abu Roja

225504828

DAFTAR ISI

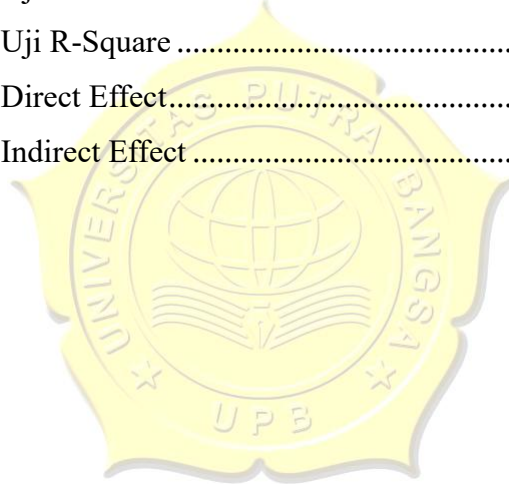
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Batasan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.5.2 Manfaat Praktis.....	16
BAB II.....	18
2.1 Tinjauan Teori	18
2.1.1 <i>Resource-Based View</i> (RBV).....	18
2.1.2 Kinerja Pemasaran.....	19
2.1.3 Keunggulan Bersaing	23
2.1.4 Orientasi Pasar.....	28
2.1.5 Orientasi Kewirausahaan.....	33
2.2 Penelitian Terdahulu.....	39
2.3 Hubungan Antar Variabel	46
2.3.1 Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing	46
2.3.2 Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing	48

2.3.3	Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran.....	49
2.3.4	Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran.....	50
2.3.5	Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran	51
2.3.6	Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing	53
2.3.7	Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing.	54
2.4	Model Empiris.....	56
2.5	Hipotesis.....	57
BAB III		59
3.1	Objek dan Subjek Penelitian	59
3.1.1	Objek Penelitian	59
3.1.2	Subjek Penelitian.....	59
3.2	Variabel Penelitian.....	59
3.2.1	Variabel Eksogen.....	59
3.2.2	Variabel Endogen	60
3.3	Definisi Operasional Variabel	60
3.3.1	Orientasi Pasar.....	60
3.3.2	Orientasi Kewirausahaan.....	61
3.3.3	Keunggulan Bersaing	61
3.3.4	Kinerja Pemasaran UMKM.....	62
3.4	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	62
3.5	Data dan Teknik Pengumpulan Data	63
3.5.1	Jenis Data	63
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	63
3.6	Populasi dan Sample	63
3.6.1	Populasi	63
3.6.2	Sampel.....	64
3.7	Teknik Analisis	64
3.7.1	Pengujian <i>Outer Model</i>	65
3.7.2	Pengujian <i>Inner Model</i>	66
3.7.3	Pengujian Hipotesis.....	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		68
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	68

4.2	Karakteristik Responden	69
4.2.1	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	69
4.2.2	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.3	Analisis Statistik.....	71
4.3.1	<i>Outer Model</i>	71
4.3.2	<i>Inner Model</i>	74
4.3.3	Uji Hipotesis.....	75
4.4	Pembahasan.....	79
4.4.1	Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing	79
4.4.2	Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing	80
4.4.3	Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran.....	81
4.4.4	Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran.....	82
4.4.5	Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran	83
4.4.6	Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing	84
4.4.7	Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing	86
BAB V SIMPULAN		88
5.1	Simpulan.....	88
5.2	Keterbatasan	90
5.3	Implikasi.....	91
5.3.1	Implikasi Praktis.....	91
5.3.2	Implikasi Teoritis.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....		97
LAMPIRAN.....		103

DAFTAR TABEL

Tabel II- 1 Tabel II - 1 Penelitian Terdahulu	45
Tabel III - 1 Operasional Variabel Orientasi Pasar.....	60
Tabel III - 2 Operasional Variabel Orientasi Kewirausahaan.....	61
Tabel III - 3 Operasional Variabel Keunggulan Bersaing	61
Tabel III - 4 Operasional Variabel Keunggulan Bersaing	62
Tabel IV - 1 Usia Responden	69
Tabel IV - 2 Jenis Kelamin Responden.....	70
Tabel IV - 3 Uji Validitas Konvergen.....	71
Tabel IV - 4 Heterotrait-Monotrait Ratio	73
Tabel IV - 5 Uji Reliabilitas	74
Tabel IV - 6 Uji R-Square	74
Tabel IV - 7 Direct Effect.....	75
Tabel IV - 8 Indirect Effect	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar I - 1 Proporsi UMKM berdasarkan jenis UMKM.....	3
Gambar II - 1 Model Empiris.....	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pengantar Kuesioner.....	104
Lampiran 2. Pertanyaan Data Diri Responden.....	105
Lampiran 3. Kuesioner.....	106
Lampiran 4. Data Diri Responden	109
Lampiran 5. Hasil Kuesioner	111
Lampiran 6. Uji Smartpls.....	116
Lampiran 7. Lembar Seminar Proposal	118
Lampiran 8. Kartu Bimbingan Skripsi.....	119

