

## **Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Inovasi Pemasaran terhadap Kinerja Usaha Fashion di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi**

**Salsabila Yulia Putri<sup>1)</sup>, Dahmiri<sup>2)\*</sup>, Novita Sari<sup>3)</sup>**

<sup>1,2,3)</sup> Prodi Manajemen FEB Universitas Jambi

Salsabila.yuliaputri123@gmail.com<sup>1)</sup>, dahmiri@unja.ac.id<sup>2)\*</sup>, Novita\_sari@unja.ac.id<sup>3)</sup>

### **Abstract**

*This research aims to find out the Characteristics of Entrepreneurs and Marketing Innovation towards Fashion Business Performance in Kota Baru District, Jambi City. This research uses a quantitative approach in the data business that Used in this study is multiple linear regression analysis. Analysis tools Which is used in this research to calculate the magnitude of the influence of variables Independent Entrepreneurial Characteristics and Marketing Innovation to variables Dependent is the Performance of Fashion Business in Kota Baru District, Jambi City, that is Multiple linear regression analysis, then the data will be processed using SPSS. Results of Research show that it is partially positive and Significant between entrepreneurial characteristics towards Fashion Business Performance in Kota Baru District, Jambi City, partially has a significant positive effect between Marketing Innovation towards Fashion Business Performance in Kota Baru District, Jambi City then simultaneously there is a significant influence between the Characteristics Entrepreneurship and Marketing Innovation together towards business performance Fashion in Kota Baru District, Jambi City.*

**Keywords:** *Entrepreneurial Characteristics, Marketing Innovation, Business performance*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Karakteristik Wirausaha dan Inovasi Pemasaran terhadap Kinerja Usaha Fashion di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam usaha data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen Karakteristik Wirausaha dan Inovasi Pemasaran terhadap variabel dependent yaitu Kinerja Usaha Fashion di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi, yaitu analisis regresi linear berganda, kemudian data akan di olah menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan antara Karakteristik wirausaha terhadap Kinerja Usaha Fashion di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi, parsial berpengaruh positif signifikan antara Inovasi Pemasaran terhadap Kinerja Usaha Fashion di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi kemudian secara simultan ada pengaruh signifikan antara Karakteristik Wirausaha dan Inovasi Pemasaran secara bersama-sama terhadap Kinerja usaha Fashion di Kecamatan kota Baru Kota Jambi.

**Kata Kunci:** Karakteristik Wirausaha, Inovasi Pemasaran, Kinerja Usaha

### **PENGDAHULUAN**

Meningkatnya jumlah pengangguran di suatu negara berdampak pada pertumbuhan ekonomi di suatu negara. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) angka pengangguran di Indonesia tepatnya pada bulan Februari tahun 2023 jumlah pengangguran

sebanyak 7,99 juta orang. Dengan banyaknya jumlah pengangguran di suatu negara berdampak pada perekonomian suatu negara. Salah satu penyebab banyaknya pengangguran adalah minimnya lapangan pekerjaan dan kurangnya keahlian dari para pencari kerja. Pemerintah harus segera memberikan solusi mengenai tingginya tingkat pengangguran demi kemajuan perekonomian Negara.

Menurut Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan sipil (Dukcapil) kementerian dalam negeri, populasi penduduk di Provinsi Jambi berjumlah 3,64 juta jiwa pada tahun 2022. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) peningkatan angka pengangguran terbuka di Provinsi Jambi sebanyak 86,46 ribu penduduk atau 4,59% pada tahun 2022. Jumlah itu menurun 0,5% dari tahun sebelumnya 93,76 ribu penduduk atau 5,09%.

Salah satu sektor industri bisnis yang sedang banyak digeluti yaitu pada bidang industri fashion (Pakaian). Industri fashion diposisikan sebagai salah satu unggulan yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat dan menyerap tenaga kerja di Kota Jambi. Industri fashion dikelompokkan dalam menjadi industri kreatif yang berkaitan dengan produksi pakaian, model serta aksesoris pakaian. Trend fashion pada saat ini telah merambah ke berbagai bidang, mulai dari busana muslim, sepatu, tas, seragam kator, pakaian dewasa, remaja dan anak-anak.

Keberhasilan suatu bisnis dapat dilihat melalui kinerja dari usaha tersebut. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dikemukakan oleh (Mustikowati & Tysari, 2015) diantaranya Orientasi kewirausahaan, inovasi, strategi bisnis, manajemen sumber daya manusia, karakteristik wirausahawan dan karakteristik dari usaha itu sendiri. Namun dalam penelitian ini peneliti menggabungkan variabel karakteristik wirausahawan dan inovasi pemasaran untuk mengetahui pengaruhnya terhadap kinerja usaha.

Karakteristik wirausaha merupakan sikap atau tindakan yang diambil oleh seseorang yang bisa memanfaatkan sumber daya seperti tenaga kerja, bahan mentah serta finansial, menggunakan kreatifitas yang inovatif sehingga menemukan peluang untuk menciptakan sebuah usaha yang baru. Karakteristik wirausaha memiliki peran penting dalam membentuk sikap mental seseorang, daya inovasi, kreatifitas, keberanian, ketekunan, semangat kerja keras, daya juang yang besinergi dengan pengetahuan keterampilan dan kewaspadaan menentukan keberhasilan usaha (Soersono,1988).

Selain karakteristik wirausaha, berinovasi merupakan salah satu faktor persaingan yang paling penting untuk mencapai kesuksesan dimana akhir-akhir ini lingkungan bisnis selalu berubah dengan cepat. Melakukan inovasi dalam hal pemasaran adalah salah satu cara yang dilakukan wirausaha untuk tetap eksis dalam pasar yang terus berkembang dengan cepat. Inovasi Pemasaran merupakan komponen integral kesuksesan suatu perusahaan (Aksoy, 2017).

Kinerja bisnis merupakan tolak ukur untuk menilai keberhasilan manajemen dalam mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Meningkatnya kinerja perusahaan ditandai dengan gencarnya kegiatan perusahaan dalam menghasilkan laba sebesar-besarnya. Beda ukuran perusahaan, berbeda pula laba yang dihasilkan.

Beberapa hasil penelitian yang terkait dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh (Sari et al., 2016) berjudul Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha, menunjukkan hasil bahwa variabel karakteristik kewirausahaan baik itu karakteristik individu maupun karakteristik psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha penelitian yang dilakukan (Hamali, 2014) berjudul Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Bisnis pada industri kecil pakaian jadi Kota Bandung. Hasil

pengujian menunjukkan inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran dan inovasi organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis, dengan kata lain kinerja bisnis yang tinggi dapat dicapai dari peningkatan inovasi pada industri kecil pakaian jadi di kota bandung.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Karakteristik Wirausaha**

Menurut (Suryana & Bayu, 2013) dari segi karakteristik, wirausaha adalah mereka yang mendirikan, mengelola, mengembangkan, dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri. (Alma, 2010) menyimpulkan bahwa seorang entrepreneur adalah seorang usahawan yang disamping mampu berusaha dalam bidang ekonomi umumnya dan niaga khususnya secara tepat guna (tepat dan berguna, efektif dan efisien) juga berwatak merdeka lahir dan batin serta berbudi luhur.

(Fatwa Apriliani & Widiyanto, 2018) mengatakan bahwa seorang wirausaha harus mempunyai prinsip yang kuat, yang bisa meyakinkan dirinya bahwa usaha apapun yang dilakukan merupakan bentuk kerja keras yang optimal dalam menghasilkan nilai yang maksimal. Hal ini diartikan bahwa seorang wirausaha dalam bertindak untuk mengembangkan usahanya tidak asal jalan atau asal-asalan walaupun cara tersebut telah dilakukan oleh wirausaha yang lain.

### **Inovasi Pemasaran**

Menurut (Suryana, 2017) inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan dan memberikannilai tambah atas sumber daya yang dimiliki. Inovasi merupakan timbulnya sesuatu hal yang baru, misalnya berupa ide baru, sebuah teori baru, sebuah hipotesis baru, atau sebuah metode baru untuk manajemen sebuah organisasi dan usaha.

Inovasi pemasaran adalah penerapan metode pemasaran yang baru atau peningkatan signifikan pada pengemasan atau desain produk, penempatan produk, promosi produk, atau harga. Ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik, menembus pasar baru, atau memposisikan produk perusahaan untuk meningkatkan penjualannya (Rajapathirana & Hui, 2018).

### **Kinerja Usaha**

Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategi, kepuasan, konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi sehingga seseorang berupaya untuk melakukan pekerjaan tersebut (Sutiyono, 2010). (Fred, 2005)

menurut pendekatan perilaku dalam manajemen, kinerja adalah kuantitas atau kualitas sesuatu yang dihasilkan atau jasa yang diberikan oleh seseorang yang melakukan pekerjaan. Kinerja usaha merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam suatu periode tertentu dan dengan mengacu pada standar yang ditetapkan (Aprizal, 2018).

## **METODE PENELITIAN**

Karena perlu di deskripsikan untuk mengungkapkan dan memperjelas hubungan antara konsep dan realitas, penelitian ini menggunakan jenis metode sedkriptif kuantitatif. Analisis deskriptif penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Inovasi pemasaran terhadap Kinerja Usaha Fashion di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi dengan sampel berjumlah 62 usaha. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kusioner dengan skala Likert. Penyajian hipotesis dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 25.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Uji Validitas**

**Tabel Hasil Uji Validitas Karakteristik Wirausaha**

Indikator	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
X1.1	0,727	0,246	Valid
X1.2	0,822	0,246	Valid
X1.3	0,821	0,246	Valid
X1.4	0,822	0,246	Valid
X1.5	0,704	0,246	Valid
X1.6	0,772	0,246	Valid
X1.7	0,699	0,246	Valid
X1.8	0,775	0,246	Valid
X1.9	0,676	0,246	Valid
X1.10	0,837	0,246	Valid
X1.11	0,713	0,246	Valid
X1.12	0,821	0,246	Valid

**Tabel Hasil Uji Validitas Inovasi Pemasaran**

Indikator	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
X2.1	0,849	0,246	Valid
X2.2	0,793	0,246	Valid
X2.3	0,851	0,246	Valid
X2.4	0,691	0,246	Valid
X2.5	0,858	0,246	Valid
X2.6	0,869	0,246	Valid

**Tabel Hasil Uji Validitas Kinerja Usaha**

Indikator	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
X2.1	0,849	0,246	Valid
X2.2	0,793	0,246	Valid
X2.3	0,851	0,246	Valid
X2.4	0,691	0,246	Valid
X2.5	0,858	0,246	Valid
X2.6	0,869	0,246	Valid

Dari hasil olah data uji statistik validitas diatas terlihat tidak satupun pertanyaan dikesampingkan, seluruh butir pertanyaan dinyatakan valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

**Uji Reliabilitas**

Variabel	Jumlah Item	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Karakteristik Wirausaha (X1)	12	0,934	Reliabel
Inovasi Pemasaran (2)	6	0,903	Reliabel
Kinerja Usaha (Y)	8	0,915	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai dari Cronbach's alpha keseluruhan variabel bernilai lebih besar dari 0,07 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini berstatus reliabel.

### Uji Koefisien Determinasi Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.939 <sup>a</sup>	0,882	0,878	2,59740

Predictors: (Constant), Inovasi Pemasaran, Karakteristik Wirausaha  
 Dependent Variable: Kinerja Usaha

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai adjusted r square pada penelitian ini ialah sebesar 0,878 Hal ini menunjukkan Kinerja usaha dipengaruhi oleh Karakteristik wirausaha dan Inovasi pemasaran sebesar 87,8% sedangkan sisanya 12,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini

### Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

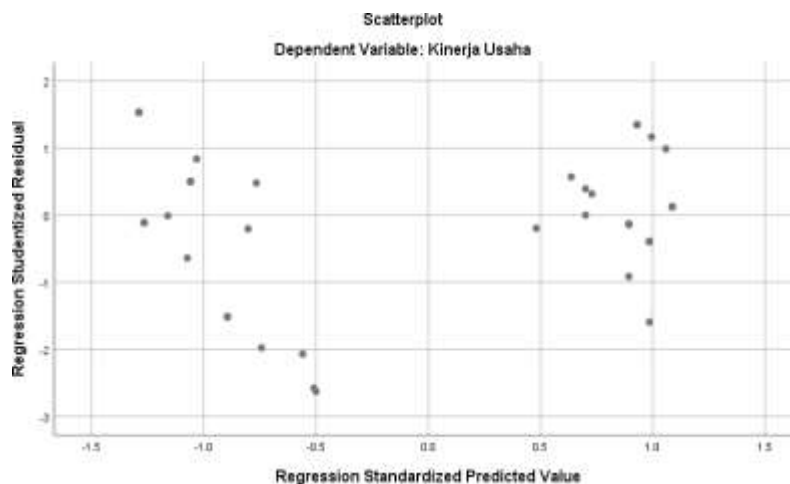
Unstandardized Residual

N		62
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.55446194
Most Extreme Differences	Absolute	.178
	Positive	.096
	Negative	-.178
Test Statistic		.178
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Nilai statistik dengan metode one sample Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa data yang diuji terdistribusi secara normal.

### Uji Heteroskedastisitas



Jika pola pada scatterplot menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola yang jelas, maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan grafik scatterplot diatas, dapat diketahui bahwa pola pada scatterplot menyebar dan tidak membentuk pola yang jelas sehingga dapat diartikan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Analisis Regresi Linear Berganda**

Unstandardized Coefficients				Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.412	1.138		1.240	.220
	Karakteristik Wirausaha	.448	.085	.665	5.251	.000
	Inovasi Pemasaran	.352	.155	.287	2.264	.027

Berdasarkan tabel diatas maka persamaan regresi linearnya adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,412 + 0,448 X_1 + 0,352 X_2$$

1. Konstanta (a) = 1,412

Jika semua variabel independen (Karakteristik wirausaha dan Inovasi pemasaran) dianggap tidak ada atau nol (0) maka nilai variabel dependen (Kinerja usaha) akan bernilai 1,412.

2. Karakteristik wirausaha  $X_1 = 0,448$

Nilai regresi Karakteristik wirausaha adalah 0,448 artinya setiap peningkatan Karakteristik wirausaha ( $X_1$ ) sebesar 1 satuan maka keunggulan bersaing meningkat sebesar 0,448.

3. Inovasi pemasaran

Nilai koefisien regresi Inovasi pemasaran adalah 0,352 artinya setiap peningkatan Inovasi pemasaran ( $X_2$ ) sebesar 1 satuan maka keunggulan bersaing meningkat sebesar 0,352.

**Hasil Uji T (Parsial)**

Unstandardized Coefficients				Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.412	1.138		1.240	.220
	Karakteristik Wirausaha	.448	.085	.665	5.251	.000
	Inovasi Pemasaran	.352	.155	.287	2.264	.027

- a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Hasil uji t pada variabel Karakteristik wirausaha memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yakni  $< 0,05$  maka disimpulkan variabel Karakteristik wirausaha secara parsial berpengaruh positif dan signifikansi terhadap Kinerja usaha. Hasil Uji t pada variabel Inovasi pemasaran memperoleh nilai sigifikansi sebesar 0,027 yakni  $< 0,05$  maka disimpulkan variabel Inovasi pemasaran secara parsial berpengaruh positif dan signifikansi terhadap Kinerja usaha.

**Hasil Uji F (Simultan)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2966.168	2	1483.084	219.831	.000 <sup>b</sup>
	Residual	398.042	59	6.746		
	Total	3364.210	61			

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

b. Predictors: (Constant), Inovasi Pemasaran, Karakteristik Wirausaha

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji f diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain variabel Karakteristik wirausaha dan Inovasi pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap Kinerja usaha

**Pembahasan**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Karakteristik wirausaha dan Inovasi pemasaran terhadap Kinerja usaha. Berdasarkan hasil Uji Validitas dan Reliabilitas setiap pertanyaan pada variabel penelitian ini telah dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel. Sedangkan pada uji reliabilitas nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,79 maka di anggap reliable.

Pada penilitian ini metode analisis yang di gunakan ialah regresi linier berganda sehingga dilakukan uji asumsi klasik sebelum masuk ke dalam anilisis regresi linier berganda. Pada uji asumsi klasik data penelitian termasuk ke dalam data normalitas di lihat dari gambar grafik p-plot dan hasil nilai signifikasi dari uji Kolmogorov Smirnov telah memenuhi syarat asumsi normalitas. Kemudian pada uji multikolonieritas nilai VIF  $< 10$  selain itu jika dilihat pada nilai tolerance maka terlihat bahwa nilai tolerance  $> 0,10$  sehingga antara variabel bebas tidak terjadi multikolonieritas. Pada uji heteroskedastisitas model regresi tidak membentuk pola tertentu dalam grafik sehingga tidak mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

**Pengaruh Karakteristik wirausaha terhadap Kinerja usaha**

Karakteristik wirausaha merupakan variabel bebas yang diteliti dan di uji pada penelitian ini. Hasil penelitian menunjukan bahwa dengan hasil uji t menghasilkan nilai signifikasi sebesar 0,000 yang berarti nilai signifikasi lebih kecil dari 0,05 yang menunjukan bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja usaha.

Pada interpretasi regresi linier berganda nilai koefisien variabel Karakteristik wirausaha bertanda positif terhadap Kinerja usaha dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,448. Hal ini menunjukan bahwa setiap nilai variabel Karakteristik wirausaha dinaikkan 1 point atau satuan semntara, maka variabel Kinerja usaha (Y) akan meningkat sebesar 0,448.

Menurut (Justin, 2001) karakteristik wirausaha merupakan kebutuhan akan keberhasilan, setiap orang berbeda dalam tingkat kebutuhan keberhasilannya. (Aminul Islam et al., 2011) menyatakan bahwa karakteristik wirausaha menunjuk pada karakteristik demografi, karakteristik individu, sifat pribadi, orientasi berwirausaha dan kesiapan berwirausaha. (Abdullah & Mansor, 2018) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa salah satu penentu kesuksesan usaha adalah karakteristik wirausaha itu sendiri. Hal ini

sejalan dengan penelitian (Sari et al., 2016) yang membuktikan bahwa karakteristik kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja wirausaha UKM gula merah di Lombok Barat.

### **Pengaruh Inovasi pemasaran terhadap Kinerja usaha**

Inovasi pemasaran merupakan salah satu variabel bebas yang diteliti dan diuji pada penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan hasil uji t menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,027 yang berarti nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan bahwa Inovasi pemasaran berpengaruh terhadap Kinerja usaha. dapat diartikan bahwa variabel Inovasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Pada interpretasi regresi linier berganda nilai koefisien variabel Inovasi pemasaran bertanda positif terhadap Kinerja usaha dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,352. Hal ini menunjukkan bahwa setiap nilai variabel Inovasi pemasaran dinaikan 1 point atau satuan sementara, maka variabel Kinerja usaha (Y) akan meningkat sebesar 0,352.

Inovasi Pemasaran adalah implementasi suatu metoda pemasaran baru dalam hal pengepakan, disain, penempatan dan promosi produk serta penetapan harga. (Sudjatmoko et al., 2023) mengatakan bahwa Inovasi pemasaran juga berdampak signifikan terhadap kinerja UMKM. Selain itu (Wang & Miao, 2015) berpendapat bahwa Inovasi pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hal senada juga dilakukan oleh (Gunday et al., 2011) pada industri manufaktur di Turki menunjukkan dimensi inovasi (produk, proses, pemasran dan organisasi) berpengaruh terhadap kinerja.

### **KESIMPULAN**

Karakteristik Wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha Fashion di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi. Dengan demikian semakin baik Karakteristik Wirausaha akan berpengaruh semakin baik pula Kinerja Usaha. Dimana individu yang menerapkan sikap Karakteristik Wirausaha dapat membantu mereka dalam mencapai kinerja usaha, bahwa mereka sanggup melakukan usaha yang diperlukan dan tidak ada kejadian diluar yang akan menghalangi mereka untuk mencapai kinerja usaha yang diinginkan.

Inovasi Pemasaran secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha Fashion di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi. Dengan demikian semakin baik Inovasi Pemasaran maka dapat membantu para pelaku usaha fashion. Inovasi pemasaran juga penting untuk meningkatkan penjualan, terutama dalam menggunakan media sosial, dan e-commerce sehingga dapat meningkatkan penjualan usaha.

Karakteristik Wirausaha dan Inovasi Pemasaran secara simultan mempengaruhi Kinerja Usaha Fashion di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi. Dengan demikian semakin baik Karakteristik Wirausaha dan Inovasi Pemasaran maka dapat membantu para pelaku usaha Fashion di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah, Y. A., & Mansor, D. M. N. Bin. (2018). The Moderating Effect Of Business Environment On The Relationship Between Entrepreneurial Skills And Small Business Performance In Iraq. 22, 1–4.
- Aksoy, H. (2017). How do innovation culture, marketing innovation and product innovation affect the market performance of small and medium-sized enterprises (SMEs)? *Technology in Society*, 51, 133–141. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.08.005>



- Alma, B. (2010). Pengantar Bisnis. Alfabeta.
- Aminul Islam, M., Aktaruzzaman Khan, M., Obaidullah, A. Z. M., & Syed Alam, M. (2011). Effect of Entrepreneur and Firm Characteristics on the Business Success of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Bangladesh. *International Journal of Business and Management*, 6(3). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n3p289>
- Aprizal. (2018). ORIENTASI PASAR DAN KEUNGGULAN BERSAING (Studi Kasus Penjualan Komputer) Penerbit : CELEBES MEDIA PERKASA (Issue April). [www.celebesmediaperkasa.co.id](http://www.celebesmediaperkasa.co.id)
- Fatwa Apriliani, M., & Widiyanto, D. (2018). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Tenaga Kerja Terhadap Keberhasilan UMKM Batik. *Economic Education Analysis Journal*, 7(2). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Fred, L. (2005). Perilaku Organisasi (Sepuluh). Andi.
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2011). IJPE\_Gunday\_et\_al. *International Journal of Production Economics*, 101, 662–676.
- Hamali, S. (2014). Pengaruh inovasi terhadap kinerja bisnis pada industri kecil pakaian jadi kota bandung. 311–323.
- Justin. (2001). Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil. Salemba Empat.
- Mustikowati, R. I., & Tysari, I. (2015). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Ukm Sentra Kabupaten Malang). *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 10(1), 23. <https://doi.org/10.21067/jem.v10i1.771>
- Rajapathirana, R. P. J., & Hui, Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. *Journal of Innovation and Knowledge*, 3(1), 44–55. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.06.002>
- Sari, N. M. W., Suwarsinah, H. K., & Baga, L. M. (2016). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah(UMKM) Gula Aren di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Penyuluhan*, 12(1), 51–60. <https://doi.org/10.25015/penyuluhan.v12i1.11320>
- Sudjatmoko, A., Ichsan, M., Astriani, M., Mariani, & Clairine, A. (2023). The Impact of COVID-19 Pandemic on the Performance of Indonesian MSME with Innovation as Mediation. *Cogent Business and Management*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2179962>
- Suryana. (2017). Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses (Keempat).
- Suryana, Y., & Bayu, K. (2013). Kewirausahaan: pendekatan karakteristik wirausahawan sukses / Yuyus Suryana, Kartib Bayu. Kencana.
- Wang, G., & Miao, C. F. (2015). Effects of sales force market orientation on creativity, innovation implementation, and sales performance.