

ABSTRAK

Semakin tingginya tingkat persaingan bisnis lokal maupun global dan kondisi ketidakpastian memaksa perusahaan untuk menciptakan inovasi untuk mencapai keunggulan kompetitif (*competitive advantage*). Industri kuliner makanan dan minuman berpotensi besar untuk terus tumbuh dan berkembang. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki ciri khas manajemen berdiri sendiri, modal sendiri, daerah pemasaran lokal, asset perusahaan kecil dan jumlah karyawan terbatas. Penelitian ini menggunakan variabel orientasi pasar (orientasi pelanggan, orientasi pesaing, koordinasi antarfungsi), inovasi produk dan kinerja pemasaran.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh hubungan variabel orientasi pasar yang terdiri dari orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi antarfungsi terhadap inovasi produk, dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran serta orientasi pelanggan dan koordinasi antarfungsi terhadap kinerja pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kuliner.

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data sebanyak 200 responden khususnya manager UMKM kuliner di Bandung Selatan meliputi wilayah Sukabirus, Sukapura, Bojongsoang, Kopo, Soreang dan Katapang. Penelitian ini menggunakan metode *probability sampling* dengan tipe *cluster sampling*. Penelitian ini menggunakan model persamaan struktural (SEM) Lisrel 8.80 serta menggunakan skala *likert* dengan dua puluh enam pernyataan.

Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan variabel orientasi pasar yang terdiri dari orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi antarfungsi berpengaruh signifikan terhadap inovasi produk dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran sedangkan variabel orientasi pelanggan dan koordinasi antarfungsi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Orisinalitas dari penelitian ini menguji model dalam konteks Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kuliner. Peneliti memberikan kontribusi untuk memeriksa hubungan antar lima variabel dan mengklasifikasikan sistem konseptual yang cocok untuk membandingkan dan membuktikan perbedaan penelitian.

Kata Kunci : *UMKM Kuliner, Model Persamaan Stuktural (SEM), Orientasi pelanggan, orientasi pesaing, koordinasi antarfungsi, inovasi produk, kinerja pemasaran.*