

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Dinas Koperasi dan Usaha Kecil (DISKUK) Jawa Barat**

Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Jawa Barat merupakan pelaksana Pemerintah Provinsi Jawa Barat dibidang Koperasi dan Usaha Kecil yang mengoptimalkan potensi daerah melalui kreativitas dan inovasi untuk menghasilkan produk yang berdaya saing melalui pemberdayaan masyarakat. Dalam proses mewujudkan UMKM sebagai penopang perekonomian, kecepatan pembangunan telah menjadikan Jawa Barat sebagai provinsi yang berkembang dan mampu bersaing di pasar global. Dinas Koperasi dan Usaha Kecil bertujuan menciptakan koperasi dan usaha kecil dengan memiliki daya saing yang tinggi dan dapat berkontribusi terhadap kesejahteraan ekonomi daerah maupun kepada masyarakat, dengan cara menunjukkan tingkat pertumbuhan akses kredit bagi koperasi dan usaha kecil serta menengah ([diskuk.jabarprov.go.id](http://diskuk.jabarprov.go.id), 2022).

Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Jawa Barat mempunyai tugas penyelenggaraan urusan pemerintah dalam bidang koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah termasuk badan hukum koperasi, perizinan, mengawasi serta memeriksa usaha simpan pinjam, menilai kesehatan KSP/USP koperasi, pembinaan serta pendidikan koperasi, pemberdayaan serta perlindungan koperasi, pemberdayaan usaha kecil, pembinaan usaha kecil di tingkat provinsi, dan pelaksanaan tugas dekonsentrasi, hingga dibentuknya Sekretariat Gubernur mewakili pemerintah pusat yang mempunyai tanggung jawab untuk melakukan pendampingan di daerah-daerah tertentu sesuai yang telah ditetapkan. Selain itu, Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat memiliki fungsi berikut ini:

- a. Menyelenggarakan perumusan serta kebijakan teknis dalam bidang koperasi, usaha kecil dan menengah yang menjadi wewenang Provinsi;
- b. Menyelenggarakan administrasi dinas;
- c. Menyelenggarakan evaluasi serta pelaporan dinas;

- d. Menyelenggarakan fungsi lain sebagaimana fungsi dan tugas pokoknya (diskuk.jabarprov.go.id, 2022)

Ada beberapa bidang kerja dalam Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Jawa Barat. Bidang yang bertanggung jawab atas seluruh proses dan perkembangan UMKM yang dilakukan di Jawa Barat adalah Bidang Usaha Kecil dengan tugas pada masing-masing divisi sebagai berikut:

- a. Kepala Bidang Usaha Kecil: melaksanakan segala urusan yang ada dalam bidang koperasi dan UKM dengan mengatur dan mengawasi setiap proses yang dilakukan terhadap divisi pembiayaan, inovasi produk dan sistem informasi, serta pemasaran.
- b. Seksi Pembiayaan Usaha Kecil: mengelola dan memfasilitasi seluruh pembiayaan usaha kecil dengan mengatur dan memantau pada data dan informasi, penyusunan terhadap standar pelayanan dan fasilitas, pedoman dan supervisi, bahan pembinaan dan pengendalian teknis.
- c. Seksi Inovasi Produksi dan Sistem Informasi: mengelola dan memfasilitasi seluruh inovasi produk dan sistem informasi usaha kecil dengan mengatur dan memantau pada data dan informasi, penyusunan terhadap standar pelayanan dan fasilitas, pedoman dan supervisi, bahan pembinaan dan pengendalian teknis.
- d. Seksi Pemasaran Usaha Kecil: mengelola dan memfasilitasi seluruh pemasaran usaha kecil dengan mengatur dan memantau pada data dan informasi, penyusunan terhadap standar pelayanan dan fasilitas, pedoman dan supervisi, bahan pembinaan dan pengendalian teknis (diskuk.jabarprov.go.id, 2022).

Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat juga memiliki berbagai program unggulan yang dijalankan sesuai yang ditetapkan oleh Gubernur Jawa Barat. UMKM Juara merupakan salah satu program unggulan yang digerakkan oleh Badan Usaha Kecil pada periode tahun 2019-2023 mencakup fasilitasi, identifikasi, pengembangan dan penguatan terhadap produk-produk buatan pelaksana UMKM di Jawa Barat. UMKM Juara memenuhi segala kebutuhan pengembangan UMKM dalam aspek data yang telah dikelola yang akan

diserahkan kepada Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat, serta berbagai informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Pada program UMKM Juara ini, Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat berhasil membina berbagai usaha yang memiliki nilai penjualan yang tinggi dan berbagai produk inovatif yang dihasilkan ([umkmjuara.jabarprov.go.id](http://umkmjuara.jabarprov.go.id), 2022). Sesuai dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 yang menjelaskan mengenai kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan terhadap Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, sehingga program UMKMJuara ini memiliki tujuan untuk mendorong UMKM dalam memperluas pasar mereka dengan memanfaatkan teknologi informasi dalam bisnis. Hal ini juga dapat meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan UMKM ([diskuk.jabarprov.go.id](http://diskuk.jabarprov.go.id), 2022).

#### 1.1.2 Visi dan Misi

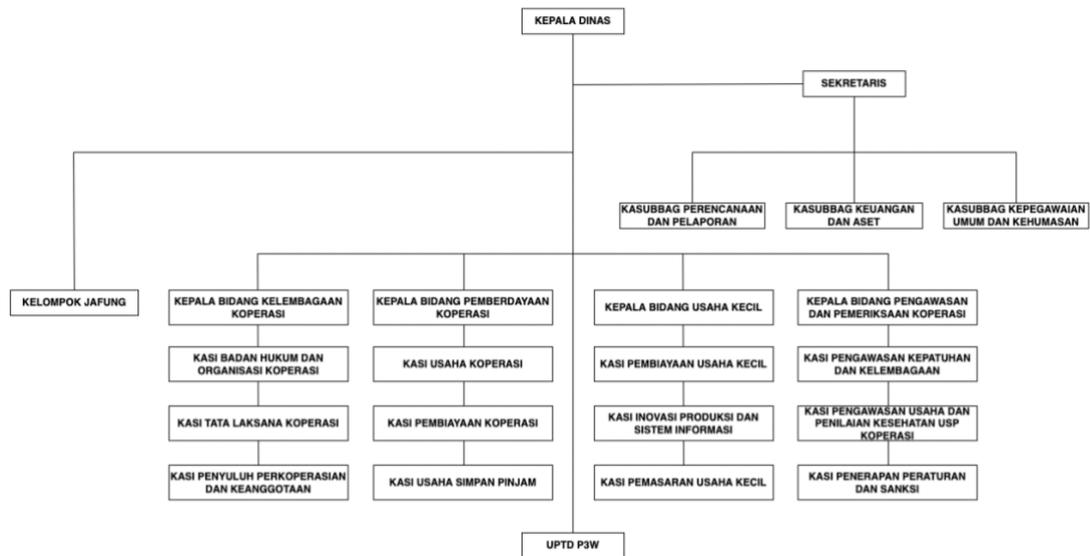
##### 1.1.2.1 Visi

Terwujudnya Jawa Barat Juara Lahir Batin dengan Inovasi dan Kolaborasi ([diskuk.jabarprov.go.id](http://diskuk.jabarprov.go.id), 2022)

##### 1.1.2.2 Misi

- a. Membentuk manusia Pancasila yang bertakwa melalui peningkatan peran masjid dan tempat ibadah sebagai pusat peradaban
- b. Melahirkan manusia yang berbudaya, berkualitas, Bahagia dan produktif melalui peningkatan pelayanan publik yang inovatif
- c. Mempercepat pertumbuhan dan pemerataan pembangunan berbasis lingkungan dan tata ruang berkelanjutan melalui peningkatan konektivitas wilayah dan penataan daerah
- d. Meningkatkan produktivitas dan daya saing ekonomi umat yang sejahtera dan adil melalui pemanfaatan teknologi digital dan kolaborasi dengan pusat-pusat inovasi serta pelaku pembangunan
- e. Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang inovatif dan kepemimpinan yang kolaboratif antara pemerintah pusat, provinsi dan kabupaten/kota ([diskuk.jabarprov.go.id](http://diskuk.jabarprov.go.id), 2022)

##### 1.1.3 Struktur Organisasi



Gambar 1.1

Struktur Organisasi Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Jawa Barat

Sumber: (Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Jawa Barat, 2022)

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

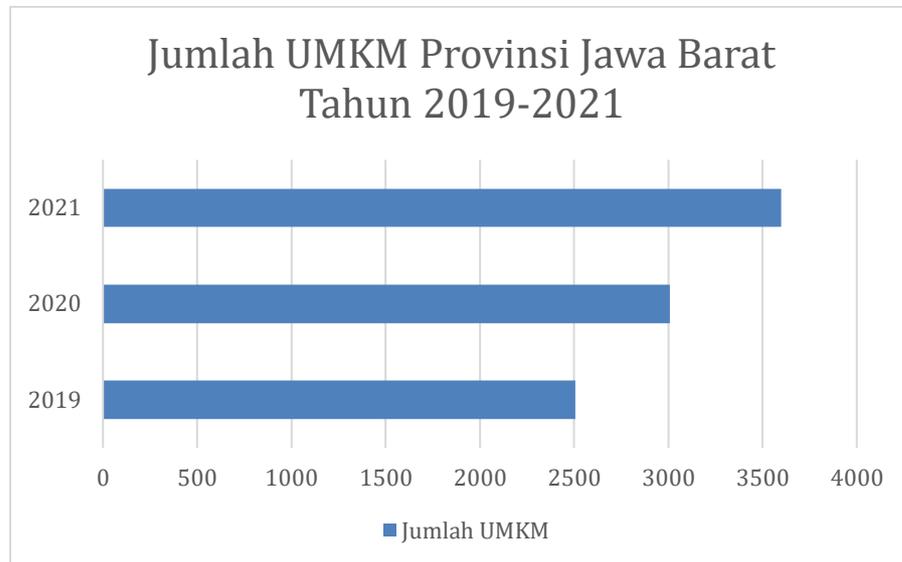
Perkembangan lingkungan global saat ini, memiliki tingkat daya saing yang semakin kompetitif dalam peningkatan pertumbuhan perekonomian negara. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah salah satu di antara faktor yang ada mempunyai peran penting terhadap pertumbuhan ekonomi negara secara signifikan, dikarenakan tingginya jumlah dan pangsa tenaga kerja yang dimiliki. Di negara yang berkembang biasanya memiliki pelaku usaha yang telah membentuk bisnis skala besar dan memberikan lapangan pekerjaan yang layak. Maka dari itu, hal ini dapat menjadi satu aspek dari berbagai aspek yang ada yang mampu menunjukkan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) berperan penting dan mempunyai pengaruh yang kuat pada pertumbuhan ekonomi negara secara global (Genc et al., 2019). Sebagaimana yang disampaikan oleh (Genc et al., 2019) yaitu telah dilakukan berbagai upaya oleh pemerintahan Indonesia untuk mencapai pertumbuhan perekonomian negara, dimana Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai lebih tinggi jumlahnya dibandingkan usaha industri berskala besar, hal ini menjadi salah satu dampak meningkatnya daya saing UMKM yang kompetitif

dan menjadi salah satu faktor dalam pertumbuhan perekonomian negara (Tambunan et al., 2021).

Berdasarkan UUD tahun 1945 pasal 33 ayat 4 menyatakan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah bagian dari perekonomian nasional yang mempunyai wawasan mandiri serta mempunyai potensi yang tinggi dalam tingkat pertumbuhan kesejahteraan masyarakat. Pada tahun 2021, sesuai dengan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah yang mengungkapkan UMKM di Indonesia mempunyai jumlah hingga 64,19 juta dan berkontribusi untuk Produk Domestik Bruto (PDB) sebanyak 61,97%. UMKM ikut berkontribusi terhadap ekonomi Indonesia dengan kemampuan penyerapan total tenaga kerja sebesar 97% dan mampu mengumpulkan total investasi hingga sebanyak 60,4% (bkpm.go.id, 2021). Dengan memberikan peluang lapangan pekerjaan di Indonesia, dapat menangani tingkat angka kemiskinan masyarakat yang tinggi. Perkembangan teknologi saat ini juga semakin pesat, sehingga dapat membantu dalam pertumbuhan UMKM. Maka dari itu, hal ini dapat membuktikan bahwa UMKM menjadi salah satu peran penting UMKM yang signifikan yaitu menjadi salah satu penggerak dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia (sumbar.ataranews.com, 2022).

Berdasarkan data Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat menjelaskan bahwa pertumbuhan UMKM dan jumlah yang meningkat setiap tahunnya, menjadikan UMKM menjadi salah satu sektor unggulan. Pada tahun 2022 pelaku UMKM di Jawa Barat mencapai diatas 4,5 juta yang ada pada sektor non pertanian. Tindakan pemerintah ini dapat memberikan bantuan terhadap usaha mikro, dimana UMKM memiliki jumlah dengan kira-kira akan mencapai sebanyak 5 juta pelaku usaha dengan persebarannya hingga 27 kabupaten ataupun kota yang terletak di Provinsi Jawa Barat. Kusmana Hartadji sebagai Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Kecil di Provinsi Jawa Barat mengungkapkan bahwa Jawa Barat mempunyai keunggulan komparatif daripada provinsi lainnya, hal ini karena Jawa Barat mampu dalam mengambil peluang pasar secara global dengan cara menghasilkan produk ekspor potensial, antara lain yaitu seperti produk perikanan,

pertanian, furnitur dekorasi rumah, makanan dan minuman, produk herbal, dan busana muslim (Kompas.com, 2022).

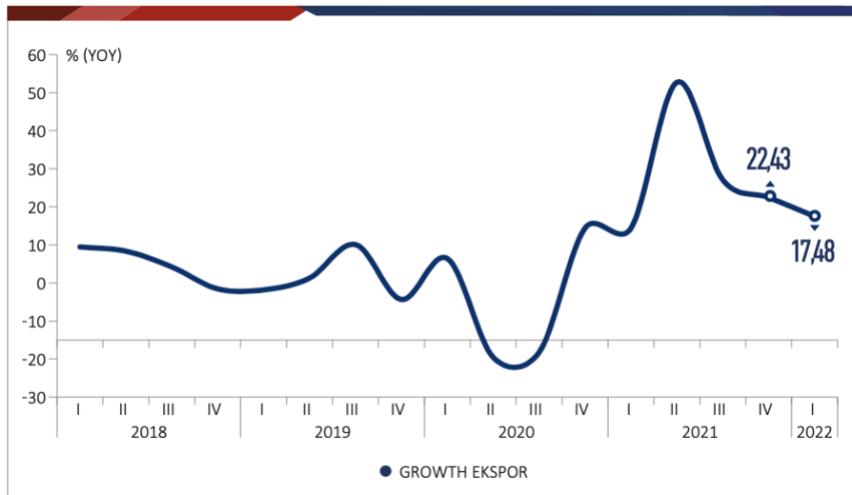


Gambar 1.2

#### Jumlah UMKM Provinsi Jawa Barat Tahun 2019-2021

Sumber: (Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat, 2022)

Berdasarkan data Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat, mencatat bahwa jumlah UMKM Provinsi Jawa Barat di tahun 2019 mencapai 2.507 UMKM, kemudian tahun 2020 bertambah sebanyak 3.007 UMKM dan tahun 2021 pun jumlah UMKM bertambah dengan total jumlah sebanyak 3.600 UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pertumbuhan pada jumlah UMKM Provinsi Jawa Barat pada tahun 2019-2021. Berdasarkan data ekspor Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia pada periode Januari-Februari 2022, menjelaskan bahwa Jawa Barat adalah provinsi dengan potensi yang besar pada pertumbuhan ekspor melalui nilai perkembangan ekspor berdasarkan provinsi asal komoditas terbesar (republika.co.id, 2022).

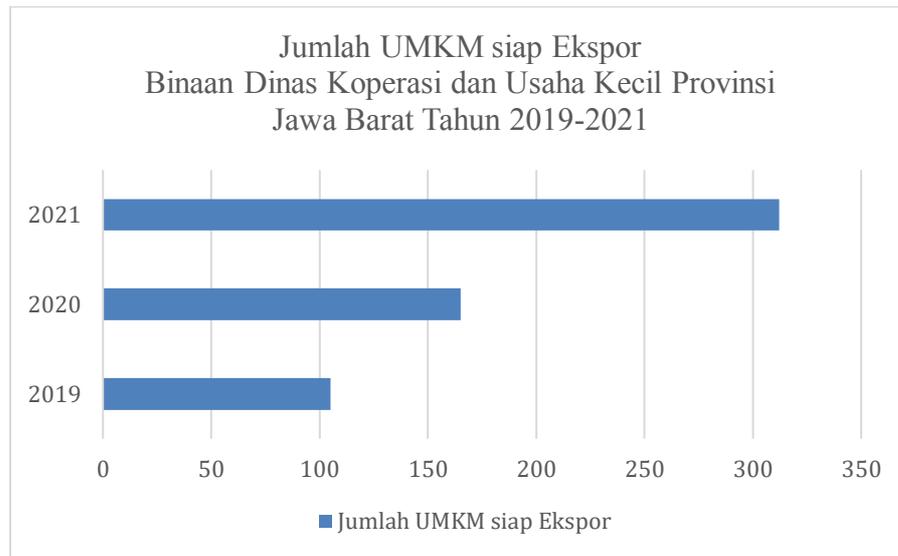


Gambar 1.3

### Perkembangan Ekspor Jawa Barat

Sumber: (Bank Indonesia, 2022)

Pertumbuhan ekspor Jawa Barat saat ini dapat dikatakan bertumbuh secara positif. Hal ini dikarenakan adanya dorongan permintaan negara mitra dagang yang stabil dan harga komoditas yang meningkat secara nominal dengan diikuti kontribusi terhadap nilai ekspor Jawa Barat. Selain itu, adanya relaksasi mobilitas dan kecenderungan kondisi pandemi Covid-19 juga menjadi dampak pada kegiatan industri Jawa Barat dapat berjalan dengan normal. Menyesuaikan dengan data yang ditunjukkan oleh Bea Cukai, pada triwulan I tahun 2022, Jawa barat memiliki nilai ekspor *free on board* (FOB) senilai USD 9,50 miliar atau sebesar 17,48%, namun peningkatan ini tidak setinggi dengan pencapaian sebelumnya yang meningkat sebesar 22,43% (bi.go.id, 2022).



Gambar 1.4

Jumlah UMKM siap Ekspor Binaan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat Tahun 2019-2021

Sumber: (Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat, 2022)

Berdasarkan data Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat, menunjukkan jumlah UMKM binaan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat dalam katagori siap ekspor memiliki jumlah pada tahun 2019 mencapai sebanyak 105 UMKM, kemudian bertambah sekitar 57% sehingga jumlah UMKM di tahun 2020 sebanyak 165 UMKM dan tahun 2021 pun meningkat sekitar 89% dengan total sejumlah 312 UMKM. Maka, peningkatan jumlah ini dapat menunjukkan bahwa jumlah UMKM binaan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat dalam kategori siap ekspor memiliki pertumbuhan pada setiap tahunnya. Akan tetapi, pertumbuhan jumlah UMKM ekspor sendiri masih belum menjamin pertumbuhan UMKM siap ekspor ditahun berikutnya, dikarenakan adanya tantangan bagi UMKM dalam mempertahankan usaha secara global.

Dalam tingkat resistensi UMKM yang tinggi terhadap tekanan ketidakpastian ekonomi, menyebabkan UMKM terpaksa untuk mampu beradaptasi dan berinovasi agar usaha tetap berjalan melalui penjualan yang terbatas dengan pemanfaatan teknologi digital (bi.go.id, 2022). Selain menjadi bagian pertumbuhan ekonomi, UMKM juga harus memiliki tingkat inovasi yang tinggi, dimana inovasi

dan kreativitas harus menjadi keunggulan yang harus diutamakan, hal ini dikarenakan inovasi dan kreativitas memiliki daya tahan saing dengan waktu jangka panjang (Daryanto, 2013). Berdasarkan *laporan Future Readiness of SMEs and Mid-Sized Companies*, terdapat 25% yang menyatakan bahwa teknologi dan inovasi menjadi salah satu tantangan UKM secara global, terutama pada UKM kecil yang masih belum menguasai pemahaman teknologi, dan kesadaran akan pentingnya teknologi dan inovasi (weforum.org, 2022).

Selain itu, UMKM Indonesia pun juga dalam menghadapi sejumlah tantangan lain dalam mengembangkan usahanya, salah satu tantangan utamanya adalah keterbatasan modal yang dibutuhkan untuk memulai kegiatan produktif dan berkembang. Pesatnya perkembangan teknologi digital, terutama di masa pandemi, berpotensi membuat UMKM mampu mengatasi tantangan yang mereka hadapi dalam mengembangkan usahanya. Teknologi digital dapat mendorong untuk menyediakan model bisnis baru dengan pembiayaan UMKM yang telah terintegrasi (bi.go.id, 2022). Pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM masih banyak yang belum dilakukan dengan baik oleh pelaku usaha. Selain itu, adanya kendala dalam mendapatkan akses pembiayaan, sehingga UMKM kesulitan dalam skala produksi. Rendahnya kualitas dan kapabilitas sumber daya manusia juga dapat membuat UMKM menjadi kesulitan dalam melakukan pemasaran (republika.co.id, 2022). Dalam penelitiannya (Genc et al., 2019) menjelaskan bahwa lingkungan yang kompetitif saat ini, mendorong UMKM untuk mencari cara dalam meningkatkan inovasi. sehingga, inovasi menjadi hal penting bagi UMKM untuk bersaing di pasar secara nasional maupun global. UMKM yang berinovasi, memiliki produktivitas dan tingkat pertumbuhan yang tinggi serta memiliki keuntungan yang lebih banyak daripada UMKM yang kurang memperhatikan inovasi.

(Helmi et al., 2022) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa dengan menghasilkan inovasi produk sesuai dengan permintaan atau kebutuhan pasar melalui komunikasi secara terus-menerus dengan konsumen ataupun dengan pengamatan publik terhadap perkembangan tren terkini melalui media sosial menjadi salah satu faktor yang berhasil mendorong daya saing UMKM. Bygrave dalam (Elliyana dan Sulistiyono, 2020) menjelaskan bahwa langkah utama dalam

melakukan kewirausahaan adalah proses inovasi. Inovasi dapat disebabkan oleh faktor personal seperti adanya dorongan prestasi, mempunyai tingkat keingintahuan yang tinggi, mempunyai pendidikan dan pengalaman, serta siap dalam menanggung berbagai risiko. Adapun faktor eksternal yaitu munculnya peluang usaha untuk tetap berinovasi.

(Idris et al., 2022) membahas dalam penelitiannya bahwa adanya peningkatan ketertarikan dalam memahami peran internasionalisasi pada inovasi perusahaan. Internasionalisasi yang kondusif dapat bermanfaat dalam memperluas pasar dan memiliki efek pembelajaran. Melakukan kegiatan internasional memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan beberapa keterampilan dan kompetensi yang dapat membuat mereka lebih inovatif. Meskipun adanya manfaat dari internasionalisasi ini, UMKM harus memiliki tantangan yang sangat besar yang perlu dihadapi dalam persaingan global yang semakin meningkat. Tidak seperti perusahaan multinasional lainnya, UMKM masih kekurangan sumber daya dan kemampuan yang dibutuhkan, hal ini membuat proses internasionalisasi menjadi lebih menantang (Genc et al., 2019).

Berbeda dengan literatur sebelumnya, penelitian ini tidak meneliti efek secara langsung dari aspek internasionalisasi terhadap inovasi, seperti penelitian oleh (Genc et al., 2019) mengungkapkan dengan meningkatkan pertumbuhan internasionalisasi dapat membuat usaha menumbuhkan tingkat orientasi pasar serta kewirausahaan. Dimana tingginya orientasi pasar serta kewirausahaan suatu usaha, dapat membuat usaha mereka menjadi lebih inovatif. Dengan pergantian tahun, kini segala sesuatu dapat ditemukan dengan mudah, maka para konsumen dapat memilih berbagai pilihan yang menarik bagi mereka. Sehingga hal ini dapat menjadi gambaran bahwa penting bagi para perusahaan melakukan penerapan budaya berorientasi pasar untuk memperoleh informasi dalam menyusun strategi peningkatan kinerja (Aydin, 2020). (Narver & Slater, 1990) juga menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan menjadi bagian penting dari orientasi pasar, hal ini dikarenakan setiap perusahaan membutuhkan integrasi dan implementasi dari orientasi pasar maupun orientasi kewirausahaan. Sehingga perusahaan dapat mencapai target melalui pendapatan usaha dan inovasi dengan tingkat yang lebih

tinggi. Dalam penelitian (Genc et al., 2019) menyatakan internasionalisasi memiliki pengaruh terhadap inovasi, tetapi pengaruh ini juga melalui efek mediasi dari faktor orientasi pasar dan kewirausahaan. Sesuai dengan pembahasan latar belakang sebelumnya, menunjukkan adanya penelitian yang menarik untuk diteliti lebih lanjut. Selain itu, masih sedikit penelitian terdahulu yang meneliti penelitian ini. Sehingga peneliti memilih judul penelitian dengan judul **“Pengaruh Internasionalisasi UMKM Terhadap Inovasi dengan Peran Mediasi Orientasi Pasar dan Kewirausahaan di Jawa Barat”**.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Lingkungan global semakin berkembang dengan meningkatnya persaingan global yang semakin kompetitif. Daya saing yang tinggi dapat berdampak terhadap pertumbuhan ekonomi negara. Seperti yang diungkapkan oleh (Genc et al., 2019) bahwa Usaha, Kecil dan Menengah (UKM) menjadi bagian dari faktor yang menggerakkan pertumbuhan ekonomi negara melalui meningkatnya jumlah dan proporsi tenaga kerja yang tinggi. Pertumbuhan ini menjadi aspek yang menunjukkan adanya pengaruh kuat yang diberikan UKM terhadap pertumbuhan ekonomi global. Sesuai dengan penjelasan (Genc et al., 2019) UMKM Jawa Barat memiliki jumlah dan peluang dalam memberikan pekerjaan yang layak bagi masyarakat dengan skala besar.

Provinsi Jawa Barat menjadi wilayah yang lebih unggul daripada provinsi lainnya sehingga, UMKM Jawa Barat menjadi salah satu pilar dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian Indonesia. Selain itu, jumlah UMKM siap ekspor Jawa Barat pun memiliki kenaikan setiap tahunnya. Akan tetapi, pertumbuhan jumlah ekspor UMKM masih belum dipastikan baik pada tahun berikutnya. Jumlah UMKM saat ini masih terhitung kecil dan timbulnya kendala yang mengancam UMKM untuk bertahan secara nasional maupun global. Adapun tantangan lain juga yaitu kurangnya pemanfaatan teknologi digital, akses pembiayaan dan rendahnya sumber daya manusia. Sehingga hal ini menghambat dalam proses pengembangan usaha mereka. Seperti yang diungkapkan oleh (Daryanto, 2013) pentingnya memiliki inovasi yang tinggi untuk mempertahankan usaha mereka agar tetap dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.

UMKM Jawa Barat memiliki kegiatan internasionalisasi pada periode 2019-2021 dengan pertumbuhan jumlah UMKM siap ekspor yang meningkat dan bertahan pada masa krisis ekonomi yang diakibatkan pandemi Covid-19. (Genc et al., 2019) mengungkapkan apabila usaha melakukan kegiatan internasional, maka dapat membantu untuk mendapatkan keterampilan dan kompetensi yang dapat membuat mereka lebih inovatif. Maka, internasionalisasi dapat mendorong UMKM untuk berinovasi dengan tujuan untuk mempertahankan usaha dalam bersaing secara efektif di pasar global. Berbeda dari penelitian sebelumnya, penelitian ini tidak hanya melihat efek langsung internasionalisasi terhadap inovasi. Ada aspek penting lainnya yaitu orientasi pasar selaras dengan yang diungkapkan oleh (Aydin, 2020) bahwa pentingnya perusahaan dalam menerapkan orientasi pasar. Selain itu, (Narver & Slater, 1990) juga mengungkapkan bahwa dalam menerapkan orientasi pasar, perusahaan harus meningkatkan orientasi kewirausahaan dikarenakan aspek tersebut merupakan bagian dalam orientasi pasar. Berdasarkan pembahasan sebelumnya, maka rumusan masalah yang di antaranya yaitu:

1. Seberapa besar pengaruh internasionalisasi terhadap inovasi UMKM di Jawa Barat?
2. Seberapa besar pengaruh internasionalisasi terhadap orientasi pasar pada UMKM di Jawa Barat?
3. Seberapa besar pengaruh internasionalisasi terhadap orientasi kewirausahaan bagi UMKM di Jawa Barat?
4. Seberapa besar pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi bagi UMKM di Jawa Barat?
5. Seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi bagi UMKM di Jawa Barat?
6. Seberapa besar pengaruh orientasi pasar sebagai mediasi hubungan antara internasionalisasi terhadap inovasi bagi UMKM di Jawa Barat?
7. Seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan sebagai mediasi hubungan antara internasionalisasi terhadap inovasi bagi UMKM di Jawa Barat?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pembahasan yang sudah diungkapkan dalam rumusan masalah, penelitian ini memiliki tujuan yang ingin dicapai yang diuraikan sebagai berikut:

1. Mengetahui besar nilai pengaruh internasionalisasi terhadap inovasi bagi UMKM di Jawa Barat.
2. Mengetahui besar nilai pengaruh internasionalisasi terhadap orientasi pasar bagi UMKM di Jawa Barat.
3. Mengetahui besar nilai pengaruh internasionalisasi terhadap orientasi kewirausahaan bagi UMKM di Jawa Barat.
4. Mengetahui besar nilai pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi bagi UMKM di Jawa Barat.
5. Mengetahui besar nilai pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi bagi UMKM di Jawa Barat.
6. Mengetahui besar nilai pengaruh orientasi pasar sebagai mediasi hubungan antara internasionalisasi terhadap inovasi bagi UMKM di Jawa Barat.
7. Mengetahui besar nilai pengaruh orientasi kewirausahaan sebagai mediasi hubungan antara internasionalisasi terhadap inovasi bagi UMKM di Jawa Barat.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini harapannya bisa menjadi wawasan, pengetahuan serta menjadi bahan referensi serta menjadi ilmu yang bermanfaat bagi berbagai pihak yang berkaitan dengan studi kasus pengaruh internasionalisasi terhadap inovasi UMKM di Jawa Barat.

##### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini harapannya bisa memberikan para pelaku UMKM di Jawa Barat landasan dan referensi untuk meningkatkan proses internasionalisasi dalam menciptakan kinerja inovasi UMKM yang layak untuk bersaing secara kompetitif di lingkungan global.

## **1.6 Sistematika Tugas Akhir**

### **a. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

### **b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

### **c. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisis Data.

### **d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian- penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

### **e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.