

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Peran penting Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam pembangunan tidak diragukan dan tidak bisa diremehkan (Jibril et al., 2019; Sanjo & Muhammed, 2017). Misalnya, Amoah&Jibril (2020) serta Kachembere (2011), mencatat bahwa UMKM merupakan penggerak pertumbuhan ekonomi masyarakat kelas bawah dan berkontribusi besar bagi pembangunan sosial dan pengurangan kemiskinan.

UMKM di Indonesia pada tahun 2021 tercatat sebanyak 65 juta, terdiri dari usaha mikro sebanyak 63,4 juta unit (98%), usaha kecil sebanyak 783 ribu (1,1%), usaha menengah sebanyak 60 ribu (0,9%) (Jayani, 2021). Kementerian Koordinasi Perekonomian (2022) menunjukkan bahwa untuk tahun 2022, UMKM mencatatkan diri sebagai penyumbang PDB Indonesia sebesar Rp. 10.470,9 triliun, dan mampu menyerap hingga 97% tenaga kerja (Kemenkoperekonomian, 2022).

Provinsi Jawa Timur dengan PDRB sebesar Rp 588,49 triliun di tahun 2021 dan Rp. 649,54 triliun di tahun 2022 merupakan penyumbang PDB terbesar kedua di Indonesia (BPS, 2023). Kota Surabaya dengan UMKM sebanyak 60 ribu, memberikan kontribusi tertinggi terhadap perekonomian Jawa Timur yaitu sebesar 304,5 triliun rupiah atau 36,13% dari total PDRB Jawa Timur (BPS, 2022)

Usaha mikro-kecil tidak hanya memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, tetapi usaha mikro-kecil juga dapat menyediakan lingkungan yang lebih berkelanjutan yang berfokus pada pembangunan ekonomi tingkat mikro (Bendickson et al., 2017). Oleh karena itu tidak mengherankan bila beberapa negara berkembang menjadikan usaha mikro sebagai pendorong utama agar perekonomian bisa tumbuh dan berkembang secara cepat. Meskipun berbagai data menunjukkan bahwa usaha mikro memiliki peran penting dan strategis bagi perekonomian namun sebenarnya menjalankan usaha mikro tidaklah mudah. Hal ini bisa dilihat dari rendahnya kemampuan usaha mikro untuk bisa tetap eksis dalam kegiatan bisnisnya. Tantangan terbesar yang dihadapi sebagian besar usaha mikro adalah bagaimana agar bisa tetap bertahan dalam kegiatan bisnis yang digelutinya.

Beberapa UMKM menghadapi kesulitan, terutama dalam hal bisa mempertahankan keberlanjutan usaha dalam lingkungan yang kompetitif (Nyanga, T et al., 2012). Untuk konteks Indonesia, kegagalan usaha mikro juga menunjukkan angka yang sangat tinggi yaitu mencapai 78% (Halim et al., 2014), dimana rata-rata 50 persen sampai 60 persen usaha mikro menghentikan usahanya dalam tiga tahun pertama (Wirasasmita, 2019). Kegagalan usaha untuk bisa tetap survive menekan potensi peran usaha mikro dalam pembangunan ekonomi dan pembangunan sosial.

Sebagian besar UMKM tidak dapat mempertahankan diri mereka dalam jangka panjang karena buruknya kinerja (Wong, K. L, et al 2013). Ketidakmampuan UMKM untuk bisa tetap eksis terutama dalam lima tahun pertama aktivitasnya ditengarai karena kelemahan dalam perencanaan strategi (Monge-Gonzalez, R & Torres-Carballo, 2015)

Pandemi Covid-19 yang juga melanda Indonesia tak pelak memunculkan gejolak ekonomi yang tidak hanya dirasakan oleh pelaku usaha besar tetapi juga berdampak luar biasa bagi usaha mikro. Dalam skala nasional, sekitar 37.000 usaha mikro, kecil, dan menengah telah melaporkan dampak yang sangat serius dari pandemi Covid-19, dimana sekitar 56% pengusaha melaporkan penurunan penjualan, 22% melaporkan masalah pada aspek pembiayaan, 15% melaporkan masalah terkait pendistribusian barang dan 4% melaporkan kesulitan dalam memenuhi bahan baku (Rahman, 2020). Meskipun demikian sebagian usaha mikro ternyata mampu tetap bertahan bahkan bisa mencapai kesuksesan, misalnya usaha yang dimiliki oleh Amin Sutimin (kumparan.com, 2021); Nicholas Kurniawan (Tabloidsinartani, 2023); Lina Rahmania (Infobanknews, 2024). Berdasarkan hal tersebut, munculah pertanyaan: Mengapa perusahaan yang berada pada skala usaha yang sama, dan pada sektor usaha yang sama, bisa memiliki kinerja yang berbeda?

Dalam literatur ada beberapa hal yang banyak dikaitkan dengan capaian kinerja perusahaan, tiga diantaranya adalah orientasi strategis, kapabilitas inovasi, dan keunggulan kompetitif. Orientasi strategis merupakan suatu konsep yang dalam literatur bisnis banyak dikaitkan dengan capaian kinerja perusahaan (Kumar et al., 2012) dan dipandang sebagai pemandu arah dari suatu kegiatan organisasi untuk mencapai kinerja optimal secara berkelanjutan (Hakala, 2010; Jeyakodeewari & Jeyanithila, 2013; Y. Liu et al., 2011).

Penelitian menekankan arti penting inovasi sebagai pendorong dalam peningkatan kinerja organisasi (Lichtenthaler, 2016), khususnya bagi UMKM (Love & Roper, 2015). Literatur empiris membuktikan adanya hubungan positif dan signifikan antara inovasi dan kinerja organisasi (Exposito & Sanchis-Llopis, 2018; Gunday et al., 2011; Hult et al., 2004; Jiménez-Jiménez & Sanz-Valle, 2011; Sahoo, 2019; Saunila & Ukko, 2014) Penelitian terdahulu juga membuktikan bahwa kapabilitas inovasi memungkinkan perusahaan mencapai hasil yang diinginkan (Hult et al., 2004). Mengenai keterkaitan kapabilitas inovasi dengan kinerja perusahaan, telaah sistematis (*Systematic Review*) yang dilakukan (Saunila, 2020) terhadap penelitian empiris terdahulu membuktikan bahwa kapabilitas inovasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Meskipun sebagian besar penelitian empiris membuktikan adanya hubungan positif antara kapabilitas inovasi dengan kinerja perusahaan (Al-Ansari et al., 2013;

Gunday et al., 2011; Jiménez-Jiménez & Sanz-Valle, 2011; D. Kafetzopoulos & Psomas, 2015; Keskin, 2006), namun beberapa penelitian menunjukkan adanya hubungan negatif misalnya penelitian Chandler & Hanks (1994), Capon, Farley & Hoenig (1990), Subramanian & Nilakanta, (1996). Adanya gap empiris dalam penelitian terdahulu, menunjukkan perlunya penelitian empiris lebih lanjut khususnya dalam konteks UMKM mengingat masih sangat terbatasnya penelitian empiris dalam sektor ini (D. Kafetzopoulos & Psomas, 2015b). Seruan untuk penelitian lebih lanjut juga dikemukakan oleh Von Koskull and Strandvik (2014) dan Saunila (2020)

Penelitian empiris terdahulu juga membuktikan potensi kapabilitas inovasi sebagai mediator dalam hubungan antara dimensi orientasi strategis dengan kinerja perusahaan, misalnya penelitian Al-Ansari et al (2013) dan Ozgu, B et al (2023). Penelitian empiris juga membuktikan bahwa kapabilitas inovasi dipengaruhi oleh dimensi orientasi strategis, misalnya saja penelitian Calantone et al (2002), Huang, H.C&Chang (2008), Keskin (2006) dan Makhoulfi et al (2021).

Keunggulan kompetitif membuat suatu perusahaan berada pada posisi yang lebih menguntungkan dibanding pesaing lainnya. Keunggulan kompetitif akan membawa manfaat seperti keunggulan biaya, keunggulan diferensiasi, dan atau keunggulan inovasi (Miller, 1987, 1988; Porter, 1990) yang membantu perusahaan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dibanding yang didapat perusahaan lain (Nguyen, H et al., 2021). Keunggulan kompetitif merupakan faktor yang harus dimiliki perusahaan agar perusahaan bisa sukses dan bertahan dalam jangka waktu yang lama (Nguyen et al., 2021). Penelitian Nguyen, H et.al (2021) membuktikan adanya hubungan positif antara keunggulan kompetitif dengan kinerja UMKM di Vietnam. Banyak penelitian empiris yang mendukung bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, misalnya Kamukama et al (2011), López-Gamero et al (2009) dan Sungyuan & Ussahawanitchakit (2015) termasuk untuk konteks usaha mikro-kecil (Ismail, A. I. et al., 2010; Majeed, 2011; Muafi & Roostika, 2014; Zhou et al., 2009). Meskipun demikian beberapa penelitian menunjukkan tidak adanya kepastian hubungan positif antara keunggulan kompetitif dengan kinerja perusahaan, misalnya penelitian Sigalas & Papadakis (2018) dan Waring (1996). Adanya gap empiris penelitian terdahulu pada hubungan keunggulan kompetitif dengan kinerja perusahaan menunjukkan masih perlunya penelitian lanjutan. Termasuk penggunaan keunggulan kompetitif sebagai variabel mediator maupun sebagai variabel moderator.

Terkait hubungan orientasi strategis-kinerja perusahaan khususnya pada usaha mikro cukup banyak penelitian yang menggunakan keunggulan kompetitif sebagai variabel mediator, namun penggunaan keunggulan kompetitif sebagai variabel

moderator sangat langka. Sampai saat ini hanya ditemukan tiga penelitian empiris yang menggunakan keunggulan kompetitif sebagai variable moderator yaitu penelitian Martinette, L. A., & Obenchain-Leeson, A (2009), Martinette, L. A., & Obenchain-Leeson, A (2012) dan Martinette L, et al (2014). Telaah penelitian empiris terdahulu mengenai keterkaitan antara orientasi strategis dengan kinerja perusahaan, menunjukkan adanya beberapa gap empiris:

Pertama, studi empiris mengenai pengaruh orientasi strategis terhadap kinerja perusahaan menggunakan berbagai indikator dalam mengukur kinerja perusahaan. Auh and Menguc (2005) mengidentifikasi ada dua perspektif yang digunakan sebagian besar peneliti selama ini yaitu perspektif kinerja finansial dan perspektif kinerja operasional. Penggunaan indikator ekonomi semata dalam mengukur kinerja perusahaan, mendapatkan kritik dari penganut teori pemangku kepentingan. Menurut teori pemangku kepentingan, hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan merupakan hal yang sangat penting (Hatami, A. & Firoozi, 2019). Pemangku kepentingan akan mendukung perusahaan jika mereka menerima nilai sebagai imbalannya. Dengan demikian, tugas utama perusahaan bukan hanya mengejar kinerja ekonomi, namun perusahaan harus memiliki kemampuan dalam mengkoordinasikan penciptaan nilai dengan dan untuk para pemangku kepentingan agar bisa sejalan dengan tujuan bersama (Freudenreich, B et al., 2020). Oleh karena itu, kinerja perusahaan tidak bisa hanya dilihat dari kinerja finansial, melainkan juga perlu dilihat dari perspektif pemangku kepentingan utama lain.

Kedua, mengenai keterkaitan orientasi strategis dengan kinerja perusahaan, sebagian besar penelitian dilakukan terhadap usaha besar dan usaha menengah, hanya sedikit penelitian terhadap usaha mikro.

Ketiga, sebagian besar studi orientasi strategis yang meneliti pengaruh dimensi orientasi strategis terhadap kinerja perusahaan melihat pengaruh suatu dimensi orientasi strategis tunggal, khususnya orientasi pasar yang telah menunjukkan keunggulannya sebagai orientasi strategis (Hult & Ketchen Jr., 2001; Kirca et al., 2005; Zhou et al., 2005). Disisi lain, beberapa penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar bukan satu-satunya orientasi strategis yang layak dan bahwa orientasi lain juga berpengaruh terhadap kinerja perusahaan secara substansial (Fritz, 1996; Hult & Ketchen Jr., 2001; Noble et al., 2002). Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa perusahaan yang menggabungkan orientasi pasar dengan dimensi orientasi strategis yang lain, terbukti memiliki kinerja lebih baik dibanding perusahaan yang hanya mengadopsi orientasi pasar (Atuahene-Gima, K. & Ko, 2001; Baker & Sinkula, 1999; Bhuian et al., 2005).

Keempat, penelitian empiris terdahulu tentang hubungan antara orientasi strategis dengan kinerja perusahaan menghasilkan temuan yang beragam Forsman &

Temel (2011), Gao et al (2007), dan Spanjol et al (2012), ada yang menunjukkan hubungan positif (Sawaeen & Ali (2020); Shoham et al., (2005); Slater & Narver (1995); C. H. Wang et al., (2012), namun ada pula penelitian empiris yang membuktikan adanya hubungan negatif (Jones et al (2001) dan Jumaili (2005)).

Adanya gap empiris dalam penelitian terdahulu, menunjukkan bahwa masih ada kesempatan untuk menstudi lebih lanjut keterkaitan antara orientasi strategis dengan kinerja perusahaan. Untuk mengisi *research gap* yang pertama, penelitian ini akan melihat kinerja perusahaan dari perspektif teori pemangku kepentingan, yang menyatakan bahwa Corporate Sustainability ditentukan oleh penilaian kinerja bukan hanya dari sisi pemilik usaha, namun juga oleh penilaian dari pemangku kepentingan utama yang lain. Untuk itu indikator kinerja perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini bukan hanya mencakup kepuasan pemilik usaha, namun juga mencakup kepuasan pekerja, kepuasan pemasok, kepuasan masyarakat sekitar perusahaan, dan kepuasan institusi pemerintah terkait. Penggunaan indikator kinerja berdasar perspektif pemangku kepentingan dalam mewujudkan *corporate sustainability* merupakan kebaruan (*novelty*) pertama dari penelitian ini.

Untuk mengisi *research gap* yang kedua, penelitian ini akan menelaah keterkaitan orientasi strategis dengan kinerja perusahaan pada konteks yang masih jarang diteliti yaitu usaha mikro di Kota Surabaya. Hal ini merupakan kebaruan (*novelty*) kedua dari penelitian ini.

Terkait *research gap* yang ketiga, meskipun beberapa penelitian telah melibatkan telaah bersamaan dari beberapa dimensi orientasi strategis, namun sepengetahuan peneliti pada saat ini belum ada penelitian yang menelaah keterkaitan kinerja perusahaan dengan lima dimensi orientasi strategis secara sekaligus yaitu orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, orientasi pembelajaran, orientasi teknologi, dan orientasi jejaring. Hal ini merupakan kebaruan (*novelty*) ketiga dari penelitian ini.

Untuk mengisi *Research Gap* yang keempat, penelitian ini akan menggunakan dua cara. Pertama melalui penggunaan variabel mediator dan variabel moderator. Variabel mediator yang digunakan dalam penelitian ini adalah kapabilitas inovasi, sedangkan keunggulan kompetitif digunakan sebagai variabel moderator. Penggunaan keunggulan kompetitif sebagai variabel moderator dalam menelaah hubungan dimensi orientasi strategis dengan kinerja perusahaan belum banyak dilakukan. Sepengetahuan peneliti, sampai saat ini baru ada tiga penelitian yang melakukan, yaitu penelitian dari Martinette, L. A., & Obenchain-Leeson, A (2009), Martinette, L. A., & Obenchain-Leeson, A (2012) dan Martinette L, et al (2014). Penggunaan keunggulan kompetitif sebagai variabel moderator dalam penelitian ini merupakan kebaruan (*novelty*) keempat dari penelitian ini. Kedua, menstudi orientasi

strategis melalui penggunaan pendekatan multi dimensi karena seperti dikemukakan oleh Montiel-Campos (2018) tidak ada pendekatan unidimensional yang mampu mempertimbangkan semua kemungkinan hubungan dari dimensi-dimensi orientasi strategis. Masing-masing orientasi dapat menghasilkan efek yang berbeda, oleh karena itu satu orientasi bisa menghasilkan efek yang lebih besar dari orientasi lainnya dalam situasi tertentu. Demikian pula, orientasi yang satu dan lainnya dapat menghasilkan efek yang sama, tetapi memberikan rute yang berbeda (Montiel-Campos, 2018). Dengan pendekatan multi dimensi, masing-masing dimensi dari orientasi strategis diperlakukan sebagai suatu konstruk tersendiri, sehingga besar pengaruh satu dimensi orientasi strategis dengan dimensi orientasi strategis lainnya dalam mempengaruhi kinerja perusahaan bisa dibandingkan. Selain dua orientasi yang banyak ditelaah (yaitu orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar), beberapa peneliti memasukkan orientasi strategis alternatif, misalnya Aminu & Shariff (2015) dan Sarker & Palit (2015) memasukkan orientasi pembelajaran dan orientasi teknologi.

Dalam mengkaji pengaruh dimensi orientasi strategi terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya, penelitian ini menggunakan 5 dimensi orientasi strategis yaitu selain menggunakan orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, orientasi pembelajaran, dan orientasi teknologi seperti yang dilakukan Aminu & Shariff (2015), juga menambahkan satu dimensi orientasi strategis lagi yaitu orientasi jejaring sebagai variabel bebas. Sepengetahuan penulis, sampai saat ini belum ada penelitian tentang keterkaitan kinerja usaha mikro, terlebih kinerja usaha mikro di Kota Surabaya dengan lima dimensi orientasi strategis berikut: orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, orientasi pembelajaran, orientasi teknologi, dan orientasi jejaring. Penggunaan lima dimensi orientasi strategis tersebut secara Bersama-sama sebagai variabel bebas dalam menstudi keterkaitan dimensi orientasi strategis dengan kinerja perusahaan merupakan kebaruan (*novelty*) kelima dari penelitian ini.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menelaah pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, orientasi pembelajaran, orientasi teknologi, dan orientasi jejaring, terhadap kinerja usaha mikro secara langsung maupun secara tidak langsung melalui mediasi kapabilitas inovasi dan moderasi keunggulan kompetitif. Sepengetahuan peneliti, belum ada penelitian sebelumnya dalam literatur yang mengkaji secara sekaligus pengaruh lima dimensi orientasi strategis terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya dalam konteks *Corporate Sustainability* baik secara langsung maupun secara tidak langsung melalui mediasi kapabilitas inovasi dan moderasi keunggulan kompetitif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang masalah, maka dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian dalam penelitian ini:

1. Apakah orientasi pasar berpengaruh langsung terhadap kapabilitas inovasi usaha mikro di Kota Surabaya?
2. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh langsung terhadap kapabilitas inovasi usaha mikro di Kota Surabaya?
3. Apakah orientasi pembelajaran berpengaruh langsung terhadap kapabilitas inovasi usaha mikro di Kota Surabaya?
4. Apakah orientasi teknologi berpengaruh langsung terhadap kapabilitas inovasi usaha mikro di Kota Surabaya?
5. Apakah orientasi jejaring berpengaruh langsung terhadap kapabilitas inovasi usaha mikro di Kota Surabaya?
6. Apakah orientasi pasar berpengaruh langsung terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya?
7. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh langsung terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya?
8. Apakah orientasi pembelajaran berpengaruh langsung terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya?
9. Apakah orientasi teknologi berpengaruh langsung terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya?
10. Apakah orientasi jejaring berpengaruh langsung terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya?
11. Apakah kapabilitas inovasi berpengaruh langsung terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya?
12. Apakah keunggulan kompetitif berpengaruh langsung terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya?
13. Apakah kapabilitas inovasi memediasi pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya?
14. Apakah kapabilitas inovasi memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya?
15. Apakah kapabilitas inovasi memediasi pengaruh orientasi pembelajaran terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya?
16. Apakah kapabilitas inovasi memediasi pengaruh orientasi teknologi terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya?
17. Apakah kapabilitas inovasi memediasi pengaruh orientasi jejaring terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya?

18. Apakah keunggulan kompetitif memoderasi pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya?
19. Apakah keunggulan kompetitif memoderasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya?
20. Apakah keunggulan kompetitif memoderasi pengaruh orientasi pembelajaran terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya?
21. Apakah keunggulan kompetitif memoderasi pengaruh orientasi teknologi terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya?
22. Apakah keunggulan kompetitif memoderasi pengaruh orientasi jejaring terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, disusun tujuan penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan dan menganalisis:

1. Pengaruh langsung orientasi pasar terhadap kapabilitas inovasi usaha mikro di Kota Surabaya.
2. Pengaruh langsung orientasi kewirausahaan terhadap kapabilitas inovasi usaha mikro di Kota Surabaya.
3. Pengaruh langsung orientasi pembelajaran terhadap kapabilitas inovasi usaha mikro di Kota Surabaya.
4. Pengaruh langsung orientasi teknologi terhadap kapabilitas inovasi usaha mikro di Kota Surabaya.
5. Pengaruh langsung orientasi jejaring terhadap kapabilitas inovasi usaha mikro di Kota Surabaya.
6. Pengaruh langsung orientasi pasar terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya.
7. Pengaruh langsung orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya.
8. Pengaruh langsung orientasi pembelajaran terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya.
9. Pengaruh langsung orientasi teknologi terhadap kinerja usaha usaha mikro di Kota Surabaya.
10. Pengaruh langsung orientasi jejaring terhadap kinerja usaha usaha mikro di Kota Surabaya.
11. Pengaruh langsung kapabilitas inovasi terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya.
12. Pengaruh langsung keunggulan kompetitif terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya.

13. Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya melalui mediasi kapabilitas inovasi.
14. Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya melalui mediasi kapabilitas inovasi.
15. Pengaruh orientasi pembelajaran terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya melalui mediasi kapabilitas inovasi.
16. Pengaruh orientasi teknologi terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya melalui mediasi kapabilitas inovasi.
17. Pengaruh orientasi jejaring terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya melalui mediasi kapabilitas inovasi.
18. Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya melalui moderasi keunggulan kompetitif.
19. Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya melalui moderasi keunggulan kompetitif.
20. Pengaruh orientasi pembelajaran terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya melalui moderasi keunggulan kompetitif.
21. Pengaruh orientasi teknologi terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya melalui moderasi keunggulan kompetitif.
22. Pengaruh orientasi jejaring terhadap kinerja usaha mikro di Kota Surabaya melalui moderasi keunggulan kompetitif.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan dalam menjelaskan mengapa suatu perusahaan bisa memiliki kinerja yang berbeda dengan perusahaan lain, khususnya dalam konteks usaha mikro.

Pertama, penelitian ini melihat kinerja usaha mikro dari sudut pandang *corporate sustainability* yang melihat kinerja tidak hanya dari dimensi ekonomi namun juga dari dimensi sosial. Kedua, penelitian ini memperkaya pemahaman mengenai keterkaitan lima dimensi orientasi strategis dengan kinerja dari usaha mikro baik secara langsung maupun secara tidak langsung melalui mediasi secara serial oleh kapabilitas inovasi dan keunggulan kompetitif. Sepengetahuan peneliti, belum ada penelitian sebelumnya dalam literatur yang menyelidiki pengaruh lima dimensi orientasi strategis (yaitu: orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, orientasi

pembelajaran, orientasi teknologi, dan orientasi jejaring) terhadap kinerja usaha mikro (yang dilihat dari dimensi ekonomi dan dimensi sosial) secara langsung dan secara tidak langsung melalui mediasi kapabilitas inovasi dan moderasi keunggulan kompetitif. apalagi dalam konteks usaha mikro di Kota Surabaya.

2. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan berarti dalam penelitian tentang kinerja usaha khususnya usaha mikro di Kota Surabaya. Penelitian ini diharapkan dapat mendorong timbulnya minat peneliti lain untuk melakukan penelitian lanjutan dari penelitian ini.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi pelaku usaha mikro

Hasil penelitian ini akan membantu pelaku usaha mikro dalam memahami apa arti penting orientasi strategis, kapabilitas inovasi, dan keunggulan kompetitif bagi kinerja perusahaan.

2. Bagi Pemerintah Daerah Kota Surabaya

Peningkatan kemampuan pelaku usaha dalam merumuskan strategi diperlukan dalam menjalankan kegiatan bisnis untuk meningkatkan kinerja dan hal ini akan meningkatkan kemampuan usaha mikro untuk bisa tetap bertahan dalam dunia bisnis. Peningkatan kemampuan usaha mikro dalam menjalankan bisnis juga merupakan penguatan bagi ekonomi lokal dan ekonomi nasional.

3. Bagi pemerintah dan pihak lain yang terlibat dengan pemberdayaan usaha mikro.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan pemerintah dan pihak lain yang ingin berkontribusi dalam pemberdayaan usaha mikro dapat menyusun program kerja yang lebih efektif dalam pengembangan usaha mikro.