

**SKRIPSI**

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, INOVASI PRODUK  
TERHADAP KINERJA PEMASARAN USAHA KECIL  
MENENGAH KAIN SUTRA (*LIPA SA'BE*)  
KECAMATAN TINAMBUNG**



**RAHMAWATI ULFA**

**C01 20 536**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT  
MAJENE**

**2025**

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, INOVASI PRODUK  
TERHADAP KINERJA PEMASARAN USAHA KECIL  
MENENGAH KAIN SUTRA (LIPA SA'BE)  
KECAMATAN TINAMBUNG**

**SKRIPSI**

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**PROGRAM STUDI  
MANAJEMEN**

**RAHMAWATI ULFA  
C01 20 536**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT  
2025**

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, INOVASI PRODUK  
TERHADAP KINERJA PEMASARAN USAHA KECIL  
MENENGAH KAIN SUTRA (LIPA SA'BE)  
KECAMATAN TINAMBUNG**



Skripsi Sarjana Lengkap Untuk Memenuhi Salah Satu  
Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Sulawesi Barat

**RAHMAWATI ULFA**

**C01 20 536**

Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing I

**Dr. Hj. Nur Fitriayu Mandasari, S.E., M.Si**  
NIP. 19840707 201504 2 002

Pembimbing II

**Erwin, S.E., M.M**  
NIDN. 0003098909

Menyetujui  
Koordinator Program Studi Manajemen

**Erwin, S.E., M.M**  
NIP. 19890903 2019603 1 0

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, INOVASI PRODUK  
TERHADAP KINERJA PEMASARAN USAHA KECIL  
MENENGAH KAIN SUTRA (LIPA SA'BE)  
KECAMATAN TINAMBUNG**

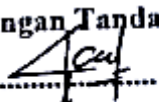

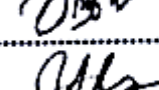
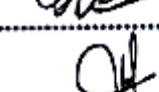

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**RAHMAWATI ULFA**

**C01 20 536**

Telah diuji dan diterima panitia ujian  
Pada tanggal 05 November 2025 dan dinyatakan Lulus

**TIM PENGUJI**

<b>Nama Penguji</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Tangan Tanda</b>
1. Dr. Hj. Nur Fitriayu Mandasari, S. E., M.Si	Ketua	1) 
2. Erwin, S.E.,M.M	Sekretaris	2) 
3. Dr. Hamsyah, S.E., M.Si.	Anggota	3) 
4. Wulan Ayuandiani, SE., M.M	Anggota	4) 
5. Irfan Yusuf,S.H., M.M	Anggota	5) 

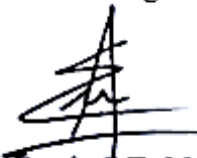
Telah di setujui oleh:

Pembimbing I



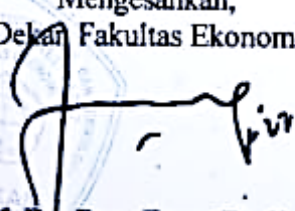
**(Dr. Hj. Nur Fitriayu Mandasari, S.E., M.Si)**  
NIP. 19840707 201504 2 002

Pembimbing II



**(Erwin S.E.,M.M)**  
NIP. 198909032019031013

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ekonomi



**(Prof. Dr. Dra. Enny Radjab, M. AB)**  
NIP. 196703251994032001

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rahmawati Ulfa

NIM : C0120536

Jurusan/Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul:


**PENGARUH ORIENTASI PASAR, INOVASI PRODUK TERHADAP  
KINERJA PEMASARAN USAHA KECIL MENENGAH KAIN SUTRA  
(LIPA SA'BE) KECAMATAN TINAMBUNG**

adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang diajukan/ditulis/diterbitkan/ sebelumnya, kecuali yang tertulis dikutip dalam naskah ini ditulis dan disebutkan dala sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata dalam naskah skripsi ini dapat di buktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Majene, 05 November 2025

Yang membuat pernyataan,

  
Rahmawati Ulfa

## **ABSTRAK**

**RAHMAWATI ULFA**, Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Menengah Kain Sutra (Lipa Sa'be) Kecamatan Tinambung, dibimbing oleh Nur Fitriayu Mandasari, dan Erwin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Menengah Kain Sutra (Lipa Sa'be) Kecamatan Tinambung. Jenis penelitian adalah Kuantitatif. Tehnik pengumpulan data adalah menyebarkan kuesioner kepada sampel penelitian. Lokasi penelitian dilakukan di Toko Annisa Kecamatan Tinambung populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah mampir pada Toko Annisa Kecamatan Tinambung yang jumlahnya tidak diketahui. Untuk ukuran sampel diambil dengan menggunakan Rumus Hair berjumlah 60 orang. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis Regresi Linear Berganda dengan menggunakan *Software SPSS (statistical product and service solution)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Berpengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran

**Kata Kunci : Orientasi Pasar, Inovasi Produk Dan Kinerja Pemasaran.**

## **ABSTRACT**

**RAHMAWATI ULFA**, *The Effect of Market Orientation and Product Innovation on the Marketing Performance of Small and Medium Silk Fabric Enterprises (Lipa Sa'be) in Tinambung District, supervised by Nur Fitriayu Mandasari and Erwin.*

*This study aims to determine the effect of market orientation and product innovation on the marketing performance of Small and Medium Silk Fabric Enterprises (Lipa Sa'be) in Tinambung District. The research method is quantitative. Data collection was conducted by distributing questionnaires to the research sample. The research location was the Annisa Store in Tinambung District. The population in this study was all consumers who had visited the Annisa Store in Tinambung District, an unknown number. The sample size was taken using the Hair formula, with a total of 60 people. Data analysis used in this study was multiple linear regression analysis using SPSS (statistical product and service solution) software. The results of this study indicate that market orientation and product innovation influence marketing performance.*

**Keywords:** *Market Orientation, Product Innovation, and Marketing Performance.*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kain sutra merupakan bahan yang sangat digemari oleh masyarakat khususnya di Indonesia. Sutra merupakan serat alam hewani yang mempunyai sifat sangat baik, kekuatannya tinggi, daya serap besar, pegangannya lembut, tahan kusut, berkilau dan mempunyai sifat Menggantung yang baik Sutra ini.

Dapat digunakan sebagai kain setelah mendapatkan perlakuan secara kimia. Selain itu kain sutra juga banyak digunakan sebagai bahan penelitian untuk pewarnaan Awalnya proses pewarnaan tekstil menggunakan zat warna alam.

Seiring kemajuan teknologi dengan ditemukannya zat warna sintetis untuk tekstil, maka semakin terkikislah penggunaan zat warna alam. Keunggulan zat warna sintetis adalah lebih mudah diperoleh, ketersediaan warna terjamin, jenis warna bermacam- macam, dan lebih praktis dalam penggunaannya.

Meskipun dewasa ini penggunaan zat warna alam telah tergeser oleh keberadaan zat warna sintesis, namun penggunaan zat warna alam yang merupakan kekayaan budaya warisan nenek moyang masih tetap dijaga keberadaannya khususnya pada proses pembatikan dan perancangan busana.

Penelitian tentang pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran pada Usaha Kecil Menengah Kain Sutra Mandar melibatkan dua Aspek yaitu Orentasi Pasar yang mencangkup pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan prefensi pasar,Serta inovosi produk yang melibatkan pengembangan produk baru perububahan produk baru atau perubahan pada

produk yang sudah ada.

Usaha Kecil Menengah Kain Sutra di Indonesia memiliki peran penting dalam perekonomian negara, terutama dalam hal penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Namun, Usaha Kecil Menengah Kain Sutra juga menghadapi beberapa tantangan.

Kurangnya akses ke pasar, kurangnya modal, dan kurangnya kemampuan dalam mengelola bisnis. Oleh karena itu, Usaha Kecil Menengah Kain Sutra perlu meningkatkan kinerja pemasaran untuk tetap kompetitif dan meningkatkan penjualan.

Orientasi pasar, inovasi produk, dan strategi pemasaran merupakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kinerja pemasaran Usaha Kecil Menengah Kain Sutra. Orientasi pasar merupakan kemampuan Usaha Kecil Menengah untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

Inovasi produk merupakan kemampuan Usaha Kecil Menengah untuk menciptakan produk yang baru dan berbeda dari produk yang sudah ada. Merupakan rencana yang sistematis untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk Usaha Kecil Menengah.

Mendefinisikan orientasi pasar sebagai filosofi manajerial yang mendasarkan keputusan bisnis pada analisis mendalam tentang konsumen dan pasar. Mereka menekankan bahwa orientasi pasar tidak hanya melibatkan pengumpulan data, tetapi juga penerapan data tersebut untuk menciptakan nilai bagi konsumen dan meningkatkan kepuasan pelanggan. (Lemon dan Verhoef (2020))

Mengemukakan bahwa inovasi produk adalah proses perancangan, pengembangan, dan peluncuran produk baru atau modifikasi produk yang sudah ada untuk memenuhi kebutuhan pasar yang berubah. Inovasi ini dapat mencakup peningkatan dalam fungsi, desain, atau fitur produk yang dapat meningkatkan nilai bagi konsumen.(Trott (2019))

Mendefinisikan kinerja pemasaran sebagai hasil keseluruhan dari strategi pemasaran yang diterapkan yang mencakup pengukuran dalam hal pertumbuhan penjualan, pangsa pasar, dan retensi pelanggan. Mereka menekankan bahwa kinerja pemasaran harus dievaluasi secara holistik agar dapat memberikan gambaran yang akurat tentang dampaknya terhadap perusahaan. Kumar dan (Reinartz (2020))

Permasalahan yang dihadapi oleh Usaha Kecil Menengah Kain Sutra adalah bagaimana meningkatkan kinerja pemasaran dengan mempertimbangkan orientasi pasar, inovasi produk, dan strategi pemasaran. Usaha Kecil Menengah Kain Sutra perlu memahami bagaimana orientasi pasar, inovasi produk, dapat mempengaruhi kinerja pemasaran.

Industri kain sutra di Indonesia memiliki akar yang dalam dalam tradisi dan budaya. Kain sutra dikenal karena keindahannya, kelembutannya, dan teknik pembuatannya yang rumit. Sejak zaman kuno, kain sutra telah menjadi simbol status dan keanggunan, sering kali digunakan dalam upacara adat, pakaian formal, dan keperluan lainnya.

Asal Usul Kain Sutra: Kain sutra pertama kali diperkenalkan di Indonesia

oleh pedagang Tiongkok dan India, yang membawa teknik dan pengetahuan pembuatan sutra ke wilayah ini.

Dalam beberapa abad, masyarakat lokal mulai mengadopsi dan mengembangkan teknik ini, menghasilkan kain sutra yang unik dengan pola dan warna yang mencerminkan kebudayaan setempat.

Era Kolonial: Pada masa penjajahan Belanda, industri tekstil, termasuk kain sutra, mengalami perubahan signifikan. Meskipun ada pengaruh asing, beberapa pengrajin lokal masih mempertahankan tradisi dan teknik pembuatan kain sutra. Pada periode ini, banyak UKM mulai bermunculan, meskipun terbatas oleh kebijakan kolonial.

Pasca Kemerdekaan: Setelah Indonesia merdeka, pemerintah mulai memberikan perhatian lebih kepada pengembangan UKM, termasuk yang bergerak di bidang kain sutra. Program pelatihan dan dukungan finansial diperkenalkan untuk membantu pengrajin lokal meningkatkan keterampilan dan kualitas produk mereka.

Era Modern: Dengan perkembangan teknologi dan akses pasar yang lebih luas melalui internet, UKM kain sutra seperti *Lipa Sa'be* mulai memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk mereka. Inovasi dalam desain dan pemasaran menjadi penting untuk bersaing dalam pasar global. UKM ini juga mulai menjalin kerja sama dengan desainer dan brand terkenal untuk memperluas jangkauan pasar.

Konteks UKM kain sutra, orientasi pasar sangat penting untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen. Hal ini meliputi pengamatan terhadap tren

mode, perubahan gaya hidup, dan keinginan untuk produk yang lebih berkelanjutan. Inovasi produk, di sisi lain, memungkinkan UKM untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan ini, menciptakan produk baru yang menarik bagi konsumen.

Kedua faktor ini berkontribusi langsung terhadap kinerja pemasaran UKM kain sutra. Dengan menerapkan orientasi pasar dan inovasi produk, UKM dapat meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar.

Membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Secara keseluruhan, industri kain sutra di Indonesia terus berkembang, dan UKM seperti *Lipa Sa'be* memainkan peran penting dalam mempromosikan warisan budaya sekaligus berinovasi untuk masa depan.

Kain sutra merupakan salah satu produk tekstil yang sangat digemari oleh masyarakat, tidak hanya di Indonesia tetapi juga di seluruh dunia. Kain sutra dikenal karena keindahan, kelembutan, dan teknik pembuatannya yang rumit. Di Indonesia, kain sutra telah menjadi bagian dari budaya dan tradisi, terutama dalam upacara adat, pakaian formal, dan keperluan lainnya.

Industri kain sutra di Indonesia memiliki akar yang dalam dalam tradisi dan budaya. Sejak zaman kuno, kain sutra telah menjadi simbol status dan keanggunan, dan telah digunakan dalam berbagai keperluan, termasuk sebagai bahan pakaian, dekorasi, dan bahkan sebagai bentuk mata uang. Namun, perkembangan industri kain sutra di Indonesia tidak terlepas dari pengaruh globalisasi dan perubahan teknologi.

Dalam beberapa dekade terakhir, industri kain sutra di Indonesia telah

menghadapi berbagai tantangan, termasuk persaingan yang ketat dengan produk tekstil lainnya, perubahan perilaku konsumen, dan kurangnya inovasi produk. Oleh karena itu, Usaha Kecil Menengah (UKM) kain sutra perlu meningkatkan kinerja pemasaran untuk tetap kompetitif dan meningkatkan penjualan.

Orientasi pasar dan inovasi produk merupakan dua faktor yang sangat penting dalam meningkatkan kinerja pemasaran UKM kain sutra. Orientasi pasar memungkinkan UKM untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen.

Sehingga dapat menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Inovasi produk, di sisi lain, memungkinkan UKM untuk membedakan diri dari pesaing dan menciptakan nilai tambah bagi konsumen.

Namun, masih banyak UKM kain sutra yang belum memahami pentingnya orientasi pasar dan inovasi produk dalam meningkatkan kinerja pemasaran. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UKM kain sutra di Kecamatan Tinambung.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan industri kain sutra di Indonesia, terutama dalam meningkatkan kinerja pemasaran UKM kain sutra

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pengusaha kain sutra, terutama dalam memahami pentingnya orientasi pasar dan inovasi produk dalam meningkatkan kinerja pemasaran.

Fenomena Industri kain sutra di Indonesia memiliki akar yang dalam dalam tradisi dan budaya, namun perkembangannya saat ini menghadapi berbagai

tantangan, seperti persaingan yang ketat dengan produk tekstil lainnya.

Perubahan perilaku konsumen, dan kurangnya inovasi produk. Oleh karena itu, UKM kain sutra perlu meningkatkan kinerja pemasaran untuk tetap kompetitif dan meningkatkan penjualan.

Kurangnya Orientasi Pasar Banyak UKM kain sutra yang belum memahami pentingnya orientasi pasar dalam meningkatkan kinerja pemasaran. Mereka belum sepenuhnya memahami kebutuhan dan preferensi konsumen, sehingga produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan kebutuhan pasar.

Kurangnya Inovasi Produk Banyak UKM kain sutra yang belum melakukan inovasi produk yang signifikan, sehingga produk yang dihasilkan tidak berbeda dari produk yang sudah ada. Hal ini membuat UKM kain sutra kesulitan untuk membedakan diri dari pesaing dan menciptakan nilai tambah bagi konsumen.

Persaingan yang Ketat industri kain sutra di Indonesia menghadapi persaingan yang ketat dengan produk tekstil lainnya, baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Hal ini membuat UKM kain sutra perlu meningkatkan kinerja pemasaran untuk tetap kompetitif.

Perubahan Perilaku Konsumen Perubahan perilaku konsumen yang cepat membuat UKM kain sutra perlu memahami kebutuhan dan preferensi konsumen yang baru. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan orientasi pasar dan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Persaingan usaha yang begitu ketat membuat persaingan meningkat sehingga diharuskan membuat perusahaan mampu bertahan dalam jangka waktu

yang lama. Berdasarkan latar belakang yang ada, maka akan dilakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Menengah Kain Sutra (*Li'pa Sa'be*) Kecamatan Tinambung"**

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran Usaha Kecil Menengah Kain Sutra *Lipa Sa'be* Kecamatan Tinambung?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran Usaha Kecil Menengah Kain Sutra *Lipa Sa'be* Kecamatan Tinambung?
3. Apakah orientasi pasar dan inovasi produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kinerja pemasaran Usaha Kecil Menengah Kain Sutra *Lipa Sa'be* Kecamatan Tinambung?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran Usaha Kecil Menengah Kain Sutra di Kecamatan Tinambung.
2. Untuk mengetahui apakah inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran Usaha Kecil Menengah Kain Sutra di Kecamatan Tinambung.
3. Untuk mengetahui apakah orientasi pasar dan inovasi produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kinerja pemasaran Usaha Kecil

Menengah Kain Sutra di Kecamatan Tinambung.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Memberikan wawasan tentang pentingnya orientasi pasar dalam meningkatkan kinerja pemasaran.
2. Menyediakan informasi mengenai inovasi produk sebagai alat untuk menarik minat konsumen.
3. Membantu Usaha Kecil Menengah Kain Sutra dalam mengidentifikasi dan mengatasi kendala pemasaran.
4. Memberikan pemahaman yang lebih baik tentang perilaku konsumen dan preferensi pasar.
5. Menjadi referensi bagi pengembangan strategi pemasaran yang berkelanjutan dalam industri kain sutra.

Dengan demikian, penelitian ini dapat membantu Usaha Kecil Menengah Kain Sutra untuk meningkatkan kinerja pemasaran dan meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang pentingnya orientasi pasar, inovasi produk, dan strategi pemasaran dalam meningkatkan kinerja pemasaran Usaha Kecil Menengah Kain Sutra.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas dapat diambil beberapa kesimpulan setelah melakukan penelitian ini, mengenai Pengaruh orientasi pasar Dan inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UKM Kain Sutra (*Lipa Sa'be*) Kecamatan Tinambung dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran UKM Kain Sutra (*Lipa Sa'be*) Kecamatan Tinambung, orientasi pasar mempengaruhi kinerja karyawan dengan mendorong budaya organisasi yang fokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Hal ini menciptakan kinerja pemasaran yang lebih baik karena karyawan akan lebih proaktif dalam memahami pasar, mengembangkan produk berkualitas, dan merespon perubahan, yang pada akhirnya meningkatkan nilai bagi pelanggan dan kinerja usaha secara keseluruhan.
2. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan UKM Kain Sutra (*Lipa Sa'be*) Kecamatan Tinambung, hal ini menyebabkan konsumen akhirnya berpendapat bahwa inovasi produk yang dilakukan oleh UKM Kain Sutra (*Lipa Sa'be*) sudah sesuai dengan harapan yang diinginkan terhadap kinerja karyawan. Artinya semakin bagus inovasi produk yang dilakukan maka kinerja karyawan juga akan semakin meningkat.

3. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa orientasi pasar Dan Inovasi Produk berpengaruh secara signifikan secara simultan terhadap Kinerja Karyawan UKM Kain Sutra (*Lipa Sa'be*) Kecamatan Tinambung, dapat diasumsikan bahwa dengan meningkatnya orientasi pasar Dan Inovasi Produk maka Kinerja Karyawan juga akan semakin meningkat.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan pengalaman peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor untuk diperhatikan bagi peneliti selanjutnya. Karena penelitian sendiri tentu memiliki kekurangan dan jauh dari kata sempurna.

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Jumlah responden yang hanya 60 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan yang sesungguhnya.
2. Pada penelitian ini hanya berfokus untuk orientasi pasar Dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Karyawan, peneliti terbatas untuk mengetahui faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi Kinerja Karyawan.
3. Dalam proses pengambilan data informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya (tidak serius).

### 5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain.

Adapun saran yang berikan:

1. Bagi UKM Kain Sutra (*Lipa Sa'be*), dengan diketahuinya orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja karyawan, maka dengan demikian variabel orientasi pasar dapat ditingkatkan lagi, serta hubungan dengan konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penulisan ini dengan mencari faktor lain yang dapat mempengaruhi Kinerja Karyawan UKM Kain Sutra (*Lipa Sa'be*) dan dapat menggunakan metode lain misalnya wawancara mendalam terhadap konsumen sehingga informasi yang diperoleh lebih bervariasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- A.H.,Muhammad,R.A...,& Hendi,Y(2023)”TINJAUAN FIKIH MUAMALAH TERHADAP PRAKTIK SEWA MENYEWA DI ATAS TANAH GADAI”
- Abrori, A., & Suwitho, S. (2019). “Pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(2).Amro, P. Z. N., & Asyik, N. F. (2021). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(7).”
- Adeline dan imelda 2018 “analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan manufaktur dibursa efek Indonesia”
- Amir, M.D., & Nuraeni, P. 2018. “Pengaruh Teknik Relaksasi Nafas Dalam Terhadap Intensitas Nyeri pada Pasien Post Operatif Apendektomi Di Ruang Nyi Ageng Serang RSUD Sekarwangi. *Jurnal Ilmiah Kesehatan dan Keperawatan*, Vol 3 No 1.”
- Azizah M.A (2021)”Pengaruh Pengaplikasian Variasi Perangkap Terhadap Jumlah Lalat Terperangkap Di Tempat Penjualan Ikan Pasar Tambak Lorok Kota Semarang”
- Cynthia saisaria mandasari(2020)”Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Mikro Kecil Makanan diKota Denpasar)
- David aeker(2020) “ Aaker, David A. (2020). *Brand Portfolio Strategy: Creating Relevance, Differentiation, Energy, Leverage, and Clarity*. New York: Free Press pada pos ketan legenda 1967 . Skripsi. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Widodo, S. (2019). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan*
- Day and wersley* (2023)”Pengaruh Tqm Terhadap Keunggulan Bersaing Yang Dimediasi Oleh Resource Based View Pada Perusahaan Pengolahan Ikan Di Kota Bitung.
- Drucker (2019) “pengaruh etos kerja dan restrukturisasi terhadap produktivitas karyawan:studi kasus pada PT Citra agro lombok sebagai pengelolah RPH banyumulek.
- Elviana niken kumalasari dan Y.sugiarto”Analisis Pengaruh Inovasi Produk Dan Kewirausahaan Terhadap Strategi Pemasaran Dalam Membangun Kinerja Pemasaran”
- Ferdinand, Augusty. (2020).” *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.”
- Herlambang, T., & Rozzaid, Y. (2019). “Pengaruh Disiplin Kerja, Budaya Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 176–185.”

- Hery (2020) "Analisis Rasio Profitabilitas Yang Dapat Berfungsi Menilai Kinerja Keuangan Pada PT Gudang Garam Tbk Periode 2018-2022"
- Ibrahim & heng (2018) "pengaruh perceived enjoyment, perceived reciprocal benefit, dan budaya belajar terhadap knowledge sharing"
- Kartajaya, H. (2002). "Hermawan Kartajaya on Marketing. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Kartajaya, H. (2019). Citizen 4.0: Menjejakkan Prinsip-Prinsip Pemasaran Humanis Di Era Digital. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama."
- Katler & keller (2019) "*Analisis pengaruh marketing mix (4P) terhadap keputusan pembelian pada hardcore GYM:*
- Katler dan keller (2022) "Marketing managemen (15thn ed). Uppersaddle river, NJ: Pearson Education.
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2019). "Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta Erlangga. Kotler, P dan Armstrong, G. (2019). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta Erlangga."
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2022). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). "Manajemen Pemasaran. 13th Edition. Jakarta: Erlangga."
- Kotler. (2019). Marketing 4.0 "Bergerak dari Tradisional Ke Digital . Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama."
- Kurtz (2023) "Pengaruh Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPC Tumpaan."
- Lamb, hair dan McDaniel (2020) "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Masyarakat Pembelian Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Tapanuli Selatan"
- Nana Sudjana (2021) "Pelatihan pembuatan Media Pembelajaran Kepada Guru Sekolah Dasar sitti Qurarul Ain, Dea Mustika"
- Niraj Dawar (2020) "*Navigating Corporate Brand Crisis Management in The Network Environment: An In-Depth Analysis*"
- Manahera Marta Marsela, Silcyljeova Moniharapon, Hendra N. Tawas .2018. "Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk Dan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Umkm Nasi Kuning Di Manado). Vol.06, No.04. 2737. jurnal EMBA"
- Mardia. 2021. "Strategi Pemasaran. Kota Medan Sumatra Utara. Yayasan Kita Menulis. ISBN: 978-623-342-105-8."
- Neneh 2017; suetal 2018 "model menghafal pada menghafal Al-qur'an implikasinya

- pada penguasaan konten dalam bimbingan dan konseling”
- Nerver dan slatet (2020)”Peranan Orientasi Pasar dalam Hubungan Kinerja Perusahaan pada Industri Manufaktur di Solo Raya”
- Point of purchase “Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian”
- Prasetya & Wijaya (2019) “Eksplorasi faktor pengaruh kinerja karyawan di RSGM Universitas Airlangga
- Riduwan. (2019). “Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan Dan Peneliti Pemula. Alfabeta
- Sondra & Wijaya “Orientasi pasar dan Orientansi Kewirausahaan dalam mempengaruhi kinerja pemasaran dimasa recovery pandemi covid-19”
- Sri Harini,ending silaningsi,dan Marwah Eko Puri (2020)”Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM”
- Stanton (2020) “pengaruh Marketing Mix terhadap keputusan pembelian pada CV.Justiti motor Lembata”
- Sudarsono (2020) “Pengaruh Big Data,Content Marketing,Artifical Neural Networks terhadap minat pembeli secara Online Di Indonesia”
- Tjiptono dan Diana (2020) “Strategi pemasaran dan prinsip penetapan penerbit andi Yogyakarta”
- Tjiptono, F. (2021). “Service Management Mewujudkan Pelayanan Prima. (3rd ed.). ANDI.”
- Trihudyatmanto (2020) ‘analisis pengaruh disiplin kerja,motivasi kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja pengawai”