



The Effect Of Market Orientation To Firms Performance With The Management Accounting System As A Mediating Variable

Margareta Alda Amanda Devi¹, Khairina Nur Izzaty^{2*}

Accounting Departement, STIE Bank BPD Jawa Tengah, Semarang, Indonesia

ARTICLE INFO

ISSN: 2774-4256

Keywords:

*Market Orientation,
Management
Accounting Systems,
and Company
Performance*

ABSTRACT

Market orientation is a strategy consisting of three components, namely customer orientation, participant orientation, and coordination between functions. The management accounting system is a system that can produce information, both in the form of financial information and non-financial information. The purpose of this study was to analyze the effect of market orientation on company performance variables with the mediation management accounting system. This research was conducted at MSMEs in the fisheries sub-sector at TPI Tasikagung II, Rembang Regency. The samples taken were 56 people. The data obtained were then processed using the SmartPLS3 test tool. The results showed that market orientation had an effect on company performance. Market orientation and management accounting systems can influence decision making. The management accounting system has an effect on company performance. Market orientation affects company performance through the management accounting system.

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak ekonomi di Indonesia. Salah satu jenis UMKM yang berpengaruh pada perekonomian Indonesia adalah di sektor pertanian. Salah satu subsektor yang dapat berpengaruh pada perekonomian adalah sub sektor perikanan. Kabupaten Rembang merupakan salah satu daerah yang sumber perekonomiannya terbesar berasal dari sub sektor perikanan, hal ini terjadi karena 35,5% luas wilayah Kabupaten Rembang merupakan pesisir pantai. Menurut data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Rembang, sub sektor perikanan di Kabupaten Rembang telah menunjukkan kemajuan sejak tahun 2010. Pada tahun 2018 nilai produksi perikanan laut di Kabupaten Rembang mencapai Rp 410.000.000.000, jumlah tersebut lebih rendah apabila dibandingkan dengan nilai produksi pada tahun 2017 yang mencapai Rp 410.800.000.000. Selain itu, Nilai Tukar Petani (NTP) dalam sub sektor perikanan dari tahun 2014-2018 cenderung menurun, meskipun angkanya masih berada di atas rata-rata NTP secara umum. Pada tahun 2014 angka dari Nilai Tukar Petani sub sektor Perikanan (NTP-N) mencapai 106,5%, pada tahun 2016 menurun drastis menjadi 100,88%, dan pada tahun 2018 meningkat kembali menjadi 103,49% (Rembang, 2018).

Sumber perekonomian utama dari Kabupaten Rembang berasal dari sub sektor perikanan. Jika nilai produksi menurun, maka pendapatan daerah pasti juga ikut

menurun. Salah satu faktor penyebab nilai produksi menurun adalah turunnya harga ikan. Penurunan harga ikan saat ini disebabkan karena adanya pandemi *Covid-19*. Pandemi ini mengakibatkan pabrik-pabrik olah ikan tutup, sehingga harga jual ikan juga ikut menurun. Selain itu, kegiatan bongkar dan jual beli ikan juga dibatasi untuk mematuhi protokol kesehatan dari pemerintah. Karena kegiatan di dalam sub sektor perikanan dibatasi, hal ini juga akan menyebabkan turunnya kinerja (Mulyono, 2020).

Orientasi pasar merupakan suatu strategi perusahaan dengan tujuan untuk mencapai kemajuan agar dapat bersaing secara unggul (Ogi et al., 2016). Orientasi pasar terdiri dari 3 komponen, yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinator antar fungsi (Manzano, Joaquin Aldas; Kuster, Ines; Via, 2006). Orientasi pelanggan merupakan upaya perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Orientasi pesaing adalah upaya perusahaan untuk mengetahui kelemahan-kelemahan perusahaan pesaing agar perusahaan tersebut dapat menciptakan produk yang lebih baik. Komponen-komponen tersebut merupakan suatu gambaran strategi perusahaan dalam melakukan kegiatan operasional yang tidak hanya berfokus pada salah satu orientasi saja, tetapi juga untuk menyeimbangkan antara orientasi pelanggan dengan orientasi pesaing (Ogi et al., 2016).

Orientasi pasar telah menjadi fokus untuk dilakukannya sebuah penelitian, karena orientasi pasar memiliki 3 pilar yaitu pengumpulan informasi pasar, penyebaran informasi pasar, serta desain dan implementasi respon terhadap informasi pasar (Manzano, Joaquin Aldas; Kuster, Ines; Via, 2006). Wiwoho (2019) berpendapat bahwa orientasi pasar merupakan suatu proses dalam menciptakan nilai yang unggul, dimana nantinya orientasi pasar juga dapat meningkatkan kinerja. Guilding & McManus (2002) juga berpendapat bahwa perusahaan yang meningkatkan orientasi pasarnya maka kinerja perusahaan tersebut akan semakin meningkat.

Kinerja perusahaan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh karyawan atau orang-orang yang terlibat dalam sebuah organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Orientasi pasar dan kinerja telah divalidasi bahwa keduanya memiliki hubungan di dalam bidang manajemen strategis dan bidang pemasaran (Nguyen, 2018). Hubungan tersebut telah terbukti positif, signifikan dan kuat. Untuk menjelaskan hubungan tersebut, beberapa sarjana termotivasi untuk mengeksplorasi bagaimana perusahaan memiliki orientasi pasar dan menggunakan aset berbasis pasar untuk mengembangkan dan mempertahankan keunggulannya dalam persaingan di dalam dunia bisnis (Nguyen, 2018).

Orientasi pasar juga berpotensi dalam penggunaan informasi sistem akuntansi manajemen. Penggunaan sistem akuntansi manajemen telah divalidasi dalam beberapa penelitian, seperti penelitian (Agbejule, 2005). Nguyen (2018) berpendapat bahwa orientasi pasar dengan penggunaan teknik akuntansi manajemen berpengaruh positif terhadap akuntansi pelanggan, analisis profitabilitas segmen pelanggan, dan penilaian pelanggan.

Penelitian sebelumnya yaitu yang dilakukan oleh Nguyen (2018) disebutkan bahwa penggunaan sistem akuntansi manajemen dapat memediasi pengaruh dari orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan. Menurut Ogi et al., (2016) orientasi pasar dengan penggunaan sistem akuntansi manajemen dalam ruang lingkup yang luas, tepat waktu, integrasi dan agregasi dapat mempengaruhi kinerja.

Penelitian ini adalah replikasi dari penelitian Nguyen Phong Nguyen (2018). Penelitian ini akan dilaksanakan di TPI Tasik Agung II Kabupaten Rembang dengan sampel di sub sektor perikanan, dan variabel yang digunakan merupakan orientasi pasar dengan sistem akuntansi manajemen sebagai variabel mediasi, dan kinerja perusahaan.

Penelitian ini mencoba untuk menjawab kesenjangan dalam permasalahan saat ini, yaitu apakah terdapat keterkaitan antara orientasi pasar dengan penggunaan sistem akuntansi manajemen sehingga dapat meningkatkan kinerja. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah dengan menggunakan sistem akuntansi manajemen dapat memediasi sebagian hubungan orientasi pasar dan kinerja perusahaan.

Kajian Teori

Penelitian tentang orientasi pasar dan sistem akuntansi manajemen menggunakan dua teori yang mendasari, yaitu teori kontingensi dan teori *Resource-Based Review* (RBV). Teori kontingensi merupakan sebuah teori yang mengidentifikasi sistem akuntansi secara spesifik yang terkait dengan keadaan tertentu yang telah ditentukan dan mendemonstrasikan pencocokan yang sesuai (Otley, 1980). Menurut Solechan & Setiawati (2009), sistem akuntansi manajemen dapat memberikan informasi yang nantinya dapat membantu manajer dalam kegiatan perencanaan, pengarahan, pengorganisasian, dan pengambilan keputusan. Berhubungan dengan itu, teori kontingensi merupakan sebuah teori yang dapat menekankan desain dari setiap sistem perencanaan dan pengendalian spesifik situasi. Teori kontingensi dapat digunakan untuk menganalisis desain dari sistem akuntansi manajemen yang dapat memberikan informasi kepada perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan sehingga menghasilkan suatu keputusan dan menghadapi persaingan di dalam dunia bisnis (Otley, 1980). Selain teori kontingensi, ada juga teori *Resource-Based Review* (RBV) yang mendasari. Teori RBV merupakan teori berbasis sumber daya yang berupa aset berwujud maupun tidak berwujud yang terikat pada suatu perusahaan (Agus Zainul Arifin, 2020). Menurut Zhou et al. (2008) orientasi strategis merupakan salah satu bentuk aset tidak berwujud dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Orientasi strategis memiliki tujuh tipe, yaitu orientasi pasar, orientasi wirausaha, orientasi pelanggan, orientasi biaya, orientasi inovasi, orientasi pesaing, orientasi pembelajaran, orientasi karyawan dan orientasi interaksi (Ferraresi et al., 2012). Orientasi pasar termasuk dalam aset tidak berwujud, maka dari itu orientasi pasar dapat meningkatkan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan (Agus Zainul Arifin, 2020).

Menurut Nguyen (2018) perusahaan yang berorientasi pasar dan menggunakan

sistem akuntansi manajemen, bisa membantu teori RBV untuk memenuhi kondisi VRIN, sehingga dapat memungkinkan perusahaan untuk menciptakan pengetahuan kepada kinerja sehingga kinerja menjadi lebih unggul. Untuk mencapai keunggulan kompetitif, RBV harus memenuhi kondisi VRIN (Dyer & Singh, 1984). *Valuable, Rare, Inimitable and Non-Substitutable* (VRIN) merupakan kondisi yang berharga, langka, tidak dapat ditiru dan tidak dapat disubstitusikan (Dyer & Singh, 1984). Kondisi VRIN memiliki potensi untuk menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan (Talaja, 2012). Kondisi VRIN dapat mendefinisikan karakteristik yang dimiliki oleh pandangan berbasis sumber daya (RBV) agar dapat bersaing dan dapat mencapai keuntungan yang ingin dicapai oleh perusahaan (Talaja, 2012). Kondisi berharga dalam VRIN dapat diterapkan apabila perusahaan dapat merancang dan menerapkan strategi perusahaan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas (Talaja, 2012). Untuk mencapai keunggulan kompetitif, perusahaan harus memiliki sumber daya yang bernilai dan langka, tetapi bukan berarti perusahaan yang tidak memiliki sumber daya yang tidak langka berarti tidak relevan karena sumber daya yang langka tersebut dapat menentukan kelangsungan hidup perusahaan dan memungkinkan untuk mencapai keseimbangan kompetitif (Talaja, 2012). Maka dari itu, apabila suatu perusahaan memiliki sumber daya yang langka, maka sumber daya tersebut dapat diolah dan memungkinkan produk atau jasa yang telah diciptakan akan sulit untuk ditiru dan disubstitusikan.

Orientasi Pasar

Orientasi pasar menurut Jaworski & Kohli (1993) adalah seluruh organisasi yang berkaitan dengan kebutuhan pelanggan/konsumen di masa kini dan di masa yang akan datang. Orientasi pasar mencakup dalam hal orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi antar fungsi yang bertujuan untuk menciptakan nilai superior bagi pelanggan (Narver & Slater, 2012). Orientasi pesaing dan orientasi pelanggan merupakan dimensi utama orientasi pasar (Drs. Wahyono, 2002). Menurut Narver & Slater (2012) orientasi pesaing dan orientasi pelanggan adalah sebuah aktivitas perusahaan untuk mencari informasi tentang keinginan atau kebutuhan pelanggan serta kelemahan dan kelebihan pesaing di pasaran, yang kemudian informasi yang diperoleh nantinya dapat dikembangkan dan diwujudkan ke dalam dunia bisnis.

Menurut Frösén et al. (2016) orientasi pasar adalah salah satu bagian dari manajemen strategis yang memiliki dampak terhadap kinerja. Guilding & McManus (2002) berpendapat bahwa apabila suatu bisnis mengembangkan orientasi pasarnya, maka kinerja pasarnya juga akan meningkat. Karena pada dasarnya, jika suatu perusahaan sudah memahami keinginan pelanggan dan rantai nilai pembelian pelanggan Narver & Slater (2012), serta sudah memanfaatkan sumber dayanya dengan maksimal, maka secara otomatis kinerja perusahaan juga akan maksimal. Lebih jelasnya, apabila suatu perusahaan sudah mengetahui apa yang sedang dibutuhkan oleh pelanggan, maka perusahaan tidak perlu membuang-buang waktu dan tenaga untuk menciptakan suatu produk yang belum tentu diminati oleh pelanggan, selain itu mengetahui kelemahan dan kelebihan pesaing juga dapat membantu perusahaan dalam menciptakan suatu produk maupun jasa. Selain

meningkatkan daya saing, orientasi pasar juga dapat secara langsung mempengaruhi kinerja perusahaan, karena orientasi pasar merupakan strategi dasar dalam meningkatkan kinerja (Wiwoho, 2019).

Menurut Iskandar & Febriyantoro (2019) perusahaan yang menerapkan orientasi pasar pada kegiatan operasionalnya dapat meningkatkan kinerja perusahaan, karena dengan menerapkan strategi orientasi pasar maka perusahaan dapat memperoleh informasi terbaru tentang keinginan pelanggan sehingga mereka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menyebabkan pelanggan menjadi lebih royal kepada perusahaan. Jika penerapan orientasi pasar semakin meningkat, maka kinerja UMKM juga akan semakin meningkat (Zulkarnain & Mukarramah, 2019). Bamfo & Kraa (2019) juga berpendapat bahwa orientasi pasar yang diterapkan pada UMKM di Ghana berpengaruh positif terhadap kinerjanya.

Orientasi pasar merupakan suatu strategi perusahaan dengan tujuan untuk mencapai kemajuan agar dapat bersaing secara unggul (Ogi et al., 2016). Untuk menghadapi persaingan di dalam dunia bisnis, perusahaan harus mengetahui informasi yang dibutuhkan, seperti sistem akuntansi manajemen. Sistem akuntansi manajemen adalah suatu sistem yang dapat menghasilkan informasi, baik berupa informasi keuangan maupun non keuangan yang nantinya akan ditujukan kepada pihak internal perusahaan (Nguyen, 2018). Menurut Nguyen (2018) perusahaan berorientasi pasar yang menerapkan sistem akuntansi manajemen dapat memberikan informasi yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan yang tidak menerapkan sistem akuntansi manajemen.

Sistem Akuntansi Manajemen

Menurut Nguyen (2018), sistem akuntansi manajemen merupakan suatu sistem yang menghasilkan informasi akuntansi manajemen dimana informasi tersebut nantinya akan ditujukan untuk pengguna internal. Sistem akuntansi manajemen dapat dijadikan sebagai alat untuk memprediksi konsekuensi yang mungkin akan terjadi (Handayani & Hariyati, 2014). Sistem akuntansi manajemen memiliki empat dimensi yaitu ruang lingkup yang luas, ketepatan waktu, agregasi dan integrasi (Chenhall & Morris, 1986).

Sistem akuntansi manajemen dalam hal ruang lingkup yang luas mencakup 3 hal, yaitu fokus, kuantifikasi, dan waktu (Handayani & Hariyati, 2014). Dalam hal fokus, sistem akuntansi manajemen dapat memberikan informasi yang berasal dari dalam maupun dari luar organisasi (Handayani & Hariyati, 2014). Informasi tersebut dapat berupa informasi ekonomi dan non-ekonomi, dimana informasi ekonomi mencakup total penjualan dan pangsa pasar, sedangkan informasi non-ekonomi berupa faktor demografis atau faktor lingkungan, keinginan pelanggan, tindakan pesaing serta perkembangan teknologi (Chenhall & Morris, 1986).

Sistem akuntansi dalam hal ketepatan waktu mengacu pada penyediaan informasi berdasarkan permintaan dan frekuensi pelaporan informasi yang dikumpulkan secara sistematis (Chenhall & Morris, 1986). Ketepatan waktu memiliki

2 subdimensi, yaitu frekuensi pelaporan yang berkaitan dengan informasi yang akan diberikan kepada manajer, dan kecepatan pelaporan berkaitan dengan ketepatan waktu dalam penyediaan informasi ketika dibutuhkan oleh manajer (Handayani & Hariyati, 2014).

Sistem akuntansi manajemen dalam dimensi agregasi mengacu pada informasi yang sesuai dengan bidang fungsional dari waktu ke waktu, dimana informasi tersebut tercermin dalam laporan ringkasan kegiatan (Chenhall & Morris, 1986). Informasi tersebut nantinya akan diringkas berdasarkan fungsi, model keputusan, dan periode waktu (Handayani & Hariyati, 2014).

Sedangkan dalam hal integrasi, berkaitan dengan interaksi antara sub-unit yang saling ketergantungan dalam hal berbagi informasi (Chenhall & Morris, 1986). Informasi yang telah terintegrasi mencerminkan bahwa sub unit satu dengan sub unit yang lainnya telah terkoordinasi dengan baik (Handayani & Hariyati, 2014).

Perusahaan yang berorientasi pasar, proses sistem akuntansi manajemennya dapat memberikan informasi pada lingkup yang lebih luas, yakni informasi keuangan dan informasi non keuangan. Informasi keuangan mencakup pendapatan pelanggan, biaya pelanggan, dan profitabilitas pelanggan, sedangkan informasi non keuangan mencakup kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan anteseden dari ukuran kinerja (Nguyen, 2018).

Sistem informasi akuntansi manajemen menyediakan informasi keuangan dan non keuangan, dan informasi tersebut nantinya akan ditujukan kepada pihak intern perusahaan (Nguyen, 2018). Menurut Gul & Chia (1994) berpendapat bahwa penggunaan sistem akuntansi manajemen sebagai variabel kontrol dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Jika informasi yang dihasilkan sistem akuntansi manajemen semakin baik, dapat membantu manajer dalam hal pengambilan keputusan dan mengurangi ketidakpastian, sehingga nantinya dapat memperbaiki kinerja manajerial (Mariana, 2009). Dalam menjalankan aktivitas operasional, manajer pasti membutuhkan informasi. Maka dari itu, sistem akuntansi manajemen dapat membantu manajer dalam kegiatan perencanaan, pengarahan, pengorganisasian, dan pengambilan keputusan (Solechan & Setiawati, 2009).

Hubungan hipotesis antara sistem akuntansi manajemen dengan kinerja perusahaan dapat dijelaskan melalui RBV perusahaan, dimana RBV ini mengacu pada keunggulan kompetitif yang diperoleh dari kemampuan perusahaan untuk mengakumulasi sumber daya dan kemampuan yang dapat memenuhi kondisi VRIN (Nguyen, 2018). RBV mengacu pada keunggulan kompetitif yang diperoleh dari kemampuan perusahaan untuk mengakumulasi sumber daya dan kemampuan yang dapat memenuhi kondisi VRIN (Dyer & Singh, 1984). Kondisi VRIN tersebut mencakup kondisi yang berharga, langka, tidak dapat ditiru, dan tidak dapat disubstitusikan (Dyer & Singh, 1984).

Menurut Nguyen (2018), sistem akuntansi manajemen merupakan sumber daya strategis yang dapat memenuhi kondisi VRIN, karena sistem akuntansi manajemen

dapat menyebarkan produk/layanan serta informasi keuangan dan pasar melintasi batas fungsional dalam perusahaan sehingga informasi tersebut dapat diproses dan dikonversi menjadi pengetahuan. Karena sistem akuntansi manajemen memenuhi kondisi VRIN, maka dapat membantu perusahaan untuk melakukan kegiatan perencanaan dan pengendalian. Sebuah perusahaan yang menerapkan strategi orientasi pasar membutuhkan informasi dari sistem akuntansi manajemen yang dapat memberikan informasi keuangan maupun non-keuangan. Maka dari itu, perusahaan yang berorientasi pasar dapat memiliki efek tidak langsung terhadap kinerja perusahaan melalui penggunaan sistem akuntansi manajemen (Nguyen, 2018).

Kinerja Perusahaan

Kinerja merupakan pencapaian yang telah diperoleh oleh perusahaan, baik berupa keuangan maupun non keuangan (Wiwoho, 2019). Menurut Zhou et al., (2008) kinerja perusahaan mengacu pada bagaimana perusahaan dapat memberikan kepuasan serta mempertahankan pelanggan mereka melalui produk dan jasa yang telah mereka ciptakan. Peningkatan kinerja dapat dicapai jika di dalam sebuah perusahaan menerapkan sistem kerja yang tegas (Kurniawan et al., 2020).

Kinerja perusahaan dapat meningkat apabila perusahaan mengembangkan orientasi pasarnya (Guilding & McManus, 2002). Kohli & Jaworski (1990) berpendapat bahwa kontribusi terbesar dalam peningkatan kinerja perusahaan berasal dari orientasi pasar, karena orientasi pasar berfokus untuk memberikan nilai unggul kepada pelanggan secara efektif dan efisien sehingga dapat mencapai kinerja perusahaan yang unggul. (Wiwoho, 2019) menyebutkan bahwa orientasi pasar dapat meningkatkan kinerja perusahaan karena di dalam orientasi pasar dapat memberikan informasi yang relevan, seperti kebutuhan pelanggan, strategi pesaing, dan memberikan kepuasan kepada pelanggan terhadap produk dan jasa.

Selain orientasi pasar, dalam penelitian (Muthaher, 2009) menyebutkan bahwa kinerja perusahaan bisa meningkat apabila dalam pelaksanaannya menggunakan sumber informasi *benchmarking* dan monitoring yang telah disediakan oleh sistem akuntansi manajemen. Informasi *benchmarking* dan monitoring memberikan umpan balik dalam aspek-aspek saham, volume penjualan, profitabilitas, dan produktivitas sehingga dapat meningkatkan kinerja organisasi (Kaplan, 1983). Untuk bertahan dalam dunia persaingan bisnis, perusahaan harus mengamati berbagai ancaman, seperti ancaman pesaing potensial, sifat persaingan, ancaman produk dan jasa (Muthaher, 2009). Untuk menghadapi ancaman-ancaman tersebut, maka perusahaan dapat menggunakan informasi dari sistem akuntansi manajemen untuk mengetahui perubahan industri dan strategi para pesaing (Muthaher, 2009).

Metode Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di sub sektor perikanan di TPI Tasik Agung II Kabupaten Rembang. Pelaku UMKM di sub sektor perikanan tersebut berjumlah 103 orang yang terlibat dalam kegiatan jual beli ikan. Sampel diseleksi berdasarkan keaktifan pelaku dalam kegiatan jual beli ikan, dan total sampel

yang diperoleh setelah seleksi adalah sebanyak 56 sampel. Sampel pada penelitian ini diambil dengan pendekatan *purposive sampling*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Partial Least Square* (PLS). Aplikasi PLS yang digunakan adalah Smart PLS3. Pengujian data menggunakan *outer model* (validitas konvergen, validitas diskriminan dan Reliabilitas), *Inner Model*, dan uji hipotesis (*Bootstrapping*)

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah orientasi pasar. Orientasi pasar merupakan salah satu faktor penting yang harus dipahami oleh perusahaan sebelum menciptakan produk maupun jasa, karena orientasi pasar mencakup orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi antar fungsi. Orientasi pasar diukur menggunakan skala dari penelitian (Zhou et al., 2008). Indikator pengukuran orientasi pasar adalah sebagai berikut :

1. Orientasi pelanggan.
2. Orientasi pesaing.
3. Koordinasi antarfungsi.

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan merupakan pencapaian yang telah dicapai setelah melakukan kegiatan operasional di dalam perusahaan. Kinerja perusahaan terdapat dua jenis yaitu keuangan dan non-keuangan. Kinerja perusahaan diukur berdasarkan (Kurniawan et al., 2020) dengan indikator sebagai berikut :

1. Peningkatan penjualan dan pendapatan
2. Peningkatan pangsa pasar
3. Peningkatan kualitas produk dan layanan

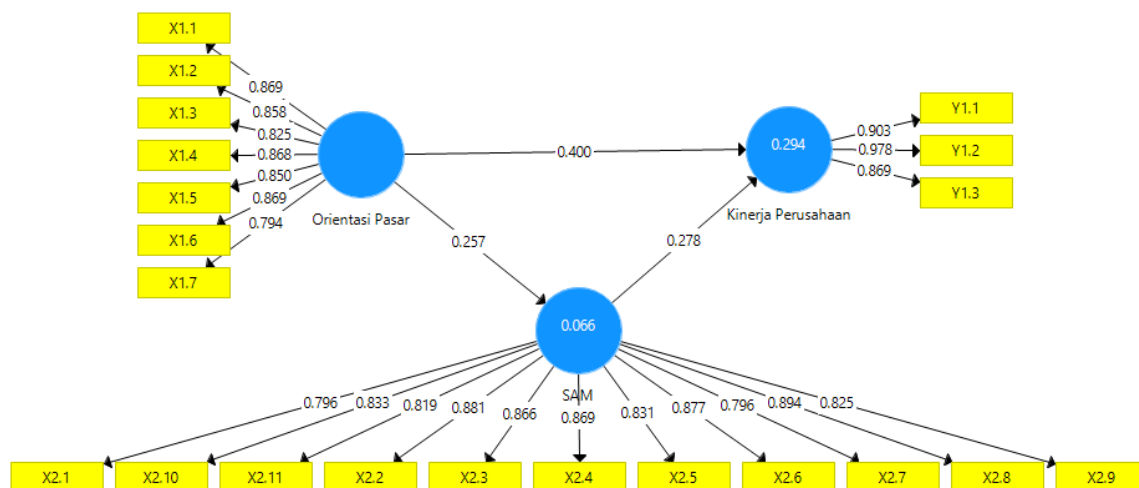
Variabel mediasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sistem akuntansi manajemen. Sistem akuntansi manajemen merupakan suatu sistem yang dapat memberikan informasi, baik informasi keuangan maupun informasi non keuangan. Sistem akuntansi manajemen diukur berdasarkan Agbejule (2005) dan Chenhall & Morris (1986) dengan indikator sebagai berikut :

1. Ruang lingkup yang luas
2. Ketepatan waktu
3. Agregasi
4. Integrasi

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Outer Model

Pengujian *outer model* terdiri dari tiga tahapan, yaitu validitas konvergen, validitas diskriminan, dan yang terakhir adalah reliabilitas.



Sumber : Data Diolah, 2020

Gambar 1. Outer Model

Uji Validitas Konvergen

Pengujian Validitas konvergen dihitung dengan menggunakan nilai rata-rata varian yang diekstraksi atau *Average Variance Extracted (AVE)* dan nilai dari *Loading Factor*. Suatu variabel akan dikatakan valid jika memiliki nilai AVE minimal sebesar 0,5 dan nilai dari *Loading Factor* minimal sebesar 0,7.

Adapun hasil dari pengujian validitas diskriminan adalah sebagai berikut :

Tabel 1. *Loading Factor*

	X1	X2	Y
X1.1	0,869		
X1.2	0,858		
X1.3	0,825		
X1.4	0,868		
X1.5	0,850		
X1.6	0,869		
X1.7	0,794		
X2.1		0,796	
X2.2		0,881	
X2.3		0,866	
X2.4		0,869	
X2.5		0,831	
X2.6		0,877	

	X1	X2	Y
X2.7		0,796	
X2.8		0,894	
X2.9		0,825	
X2.10		0,833	
X2.11		0,819	
Y1.1			0,903
Y1.2			0,978
Y1.3			0,869

Sumber : Data Diolah, 2020

Tabel 2. Average Variance Extracted

	Average Variance Extracted (AVE)
X1	0,719
X2	0,714
Y	0,843

Sumber : Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 1, setiap indikator dari variabel X1, X2 dan Y dikatakan valid karena nilai *Loading Factor* dari setiap indikator variabel X1, X2 dan Y lebih besar dari nilai minimal *Loading Factor* yaitu 0,7.

Berdasarkan tabel 2, nilai AVE dari setiap variabel X1, X2, dan Y dikatakan valid. Hal ini terbukti dari nilai AVE dari variabel X1 adalah sebesar $0,719 > 0,5$, nilai AVE dari variabel X2 adalah sebesar $0,714 > 0,5$, dan nilai AVE dari variabel Y adalah sebesar $0,843 > 0,5$.

Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas diskriminan *cross loadings*. Suatu variabel akan dikatakan valid apabila nilai setiap indikator dari suatu variabel memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan nilai dari setiap indikator variabel lainnya. Adapun hasil dari pengujian validitas diskriminan adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Validitas Diskriminan

	X1	X2	Y
X1.1	0,869	0,117	0,334
X1.2	0,858	0,193	0,337
X1.3	0,825	0,127	0,298
X1.4	0,868	0,188	0,387
X1.5	0,850	0,290	0,241
X1.6	0,869	0,260	0,453
X1.7	0,794	0,279	0,571

	X1	X2	Y
X2.1	0,144	0,796	0,243
X2.2	0,206	0,881	0,351
X2.3	0,223	0,866	0,303
X2.4	0,382	0,869	0,376
X2.5	0,278	0,831	0,282
X2.6	0,241	0,877	0,285
X2.7	0,061	0,796	0,203
X2.9	0,134	0,894	0,242
X2.11	0,205	0,825	0,368
X2.12	0,109	0,833	0,295
X2.14	0,217	0,819	0,436
Y1.1	0,467	0,357	0,903
Y1.2	0,455	0,357	0,978
Y1.3	0,367	0,324	0,869

Sumber : Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 3, variabel X1 dikatakan valid karena nilai dari setiap indikator dari variabel X1 lebih besar dibandingkan dengan nilai dari setiap indikator dari variabel X2 dan Y. Variabel X2 dikatakan valid karena nilai dari setiap indikator dari variabel X2 lebih besar dibandingkan dengan nilai dari setiap indikator dari variabel X1 dan Y. Variabel Y dikatakan valid karena nilai dari setiap indikator dari variabel Y lebih besar dibandingkan dengan nilai dari setiap indikator dari variabel X1 dan X2.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* minimal sebesar 0,7. Adapun hasil dari pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Uji Reliabilitas

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
X1	0,936	0,947	Reliabel
X2	0,960	0,965	Reliabel
Y	0,906	0,941	Reliabel

Sumber : Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4, variabel X1 dikatakan reliabel karena nilai dari *Cronbach's Alpha* dari variabel X1 sebesar $0,936 > 0,7$ dan nilai *Composite Reliability* dari variabel X1 sebesar $0,947 > 0,7$. Variabel X2 dikatakan reliabel karena nilai dari *Cronbach's Alpha* dari variabel X2 sebesar $0,960 > 0,7$ dan nilai *Composite Reliability* dari variabel X2 sebesar $0,965 > 0,7$. Begitupun dengan variabel Y, variabel Y juga dikatakan reliabel karena nilai dari *Cronbach's Alpha* dari variabel Y sebesar $0,906 > 0,7$ dan nilai *Composite Reliability* dari variabel X1 sebesar $0,941 > 0,7$.

Inner Model

Pengujian *inner model* digunakan untuk mengetahui hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan *R-Square* dari model penelitian. Kemudian model strukturalnya akan dievaluasi menggunakan *R-Square* untuk konstruk dependen uji t dan signifikansi dari koefisien jalur struktural.

R-Square

Dalam menilai model dengan menggunakan PLS, dapat dilihat dari *R-Square* untuk setiap variabel laten dependen. Berikut merupakan hasil estimasi dari *R-Square* dengan menggunakan SmartPLS3.

Tabel 5. *R-Square*

	<i>R Square</i>
X2	0,066
Y	0,294

Sumber : Data Diolah, 2020

Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai *R-Square* untuk variabel X2 yang dipengaruhi oleh variabel X1 adalah sebesar 0,066, dan untuk variabel Y yang dipengaruhi oleh variabel X1 dan X2 adalah sebesar 0,294. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel X2 yang dipengaruhi oleh variabel X1 adalah setara dengan 6,6% , dan variabel Y yang dipengaruhi oleh variabel X1 dan X2 adalah setara dengan 94%.

Uji Hipotesis (*Bootstrapping*)

Uji hipotesis dalam PLS dilakukan dengan metode *bootstrapping*. Pengujian dari *bootstrap* juga dimaksudkan untuk meminimalkan ketidaknormalan data penelitian. Hasil model pengujian dengan *bootstrapping* dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 7. *Bootstrapping*

	Sampel Asli (O)	T-Statistik (O/STDEV)	<i>P Values</i>
X1 → X2	0,257	2,919	0,004
X1 → Y	0,400	3,496	0,001
X2 → Y	0,278	2,338	0,020
X1 → X2 → Y	0,072	1,631	0,103

Sumber : Data Diolah, 2020

Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa nilai koefisien jalurnya adalah sebesar 0,257 dengan nilai t sebesar 2,919 > 1,96. Hasil ini membuktikan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hal ini berarti **Hipotesis 1 diterima**. Hasil penelitian ini berarti mendukung penelitian dari Iskandar & Febriyantoro (2019) dimana apabila perusahaan menerapkan strategi orientasi pasar maka kinerja perusahaan juga akan meningkat, hal ini dapat terjadi karena dalam

penerapan orientasi pasar maka perusahaan dapat memperoleh informasi terbaru tentang kebutuhan pelanggan, dan apabila kebutuhan pelanggan terpenuhi maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga nantinya pelanggan dapat lebih loyal terhadap perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga mendukung penelitian dari Bamfo & Kraa (2019) dan Zulkarnain & Mukarramah (2019) dimana apabila strategi orientasi pasar diterapkan pada UMKM maka kinerjanya akan meningkat.

Hal ini hampir sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan pada UMKM di sub sektor perikanan masih belum memuaskan. Hal tersebut dapat dilihat dari jawaban responden terhadap orientasi pasar masih ada beberapa yang memilih tidak setuju dan kurang setuju dan pengujian yang telah dilakukan menghasilkan data seperti yang telah ditunjukkan diatas bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan, maka dalam hal ini berarti hipotesis pertama dapat diterima.

Orientasi Pasar terhadap Sistem Akuntansi Manajemen

Berdasarkan hasil pengujian, nilai koefisien jalurnya adalah sebesar 0,400 dan nilai t sebesar $3,496 > 1,96$. Hasil ini membuktikan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif terhadap sistem akuntansi manajemen. Berdasarkan hasil uji data tersebut, maka **Hipotesis 2 diterima**. Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Nguyen (2018), yaitu apabila perusahaan yang berorientasi pasar menerapkan sistem akuntansi manajemen, maka perusahaan tersebut bisa mendapatkan informasi yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan yang tidak menerapkan sistem akuntansi manajemen.

Berdasarkan jawaban dari responden terhadap orientasi pasar dan sistem akuntansi manajemen, masih ada beberapa yang memilih tidak setuju dan kurang setuju, maka hasil dari penelitian ini masih belum memuaskan. Berdasarkan hasil uji data yang telah dilakukan, orientasi pasar memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap sistem akuntansi manajemen, maka hipotesis kedua dapat diterima.

Sistem Akuntansi Manajemen terhadap Kinerja Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian, memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,278 dan nilai t sebesar $2,338 > 1,96$, berarti pengaruh dari sistem akuntansi manajemen terhadap kinerja perusahaan positif dan signifikan, maka **Hipotesis 3 diterima**. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya, yaitu penelitian dari Mariana (2009) dan Solechan & Setiawati (2009) yaitu sistem akuntansi manajemen dapat digunakan dalam hal perencanaan, pengarahan, pengorganisasian dan pengambilan keputusan, sehingga nantinya dapat bermanfaat untuk mengurangi ketidakpastian dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Dilihat dari jawaban responden, masih ada beberapa yang kurang setuju atau netral sehingga dapat dikatakan penerapan sistem akuntansi manajemen terhadap kinerja perusahaan masih belum memuaskan tetapi apabila dilihat dari pengujian data yang telah ditunjukkan, pengaruh sistem akuntansi manajemen terhadap kinerja

perusahaan dapat berpengaruh positif dan signifikan, maka dari itu hipotesis ketiga dapat diterima.

Peran Mediasi Sistem Akuntansi Manajemen

Berdasarkan hasil pengujian, besar nilai koefisien jalurnya adalah 0,072 dan memiliki nilai t sebesar $1,631 < 1,96$, yang berarti bahwa peran mediasi dari sistem akuntansi manajemen negatif dan tidak signifikan, maka **Hipotesis 4 ditolak**. Hasil dari penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian dari Nguyen (2018), menurut penelitian tersebut perusahaan yang berorientasi pasar dapat berpengaruh secara tidak langsung terhadap kinerja perusahaan dengan penggunaan sistem akuntansi manajemen. Menurut Nguyen (2018), hubungan antara orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan dengan peran mediasi dari sistem akuntansi manajemen dijelaskan melalui *Resource-Based Review (RBV)* yang dapat memenuhi kondisi VRIN (berharga, langka, tidak dapat ditiru, tidak dapat disubstitusikan). Tetapi, dalam penelitian ini adanya peran mediasi dari sistem akuntansi manajemen tidak signifikan, hal ini dapat disebabkan karena di dalam UMKM sub-sektor perikanan belum menerapkan sistem akuntansi manajemen dan orientasi pasar secara maksimal sehingga tidak dapat memenuhi kondisi VRIN. Maka dari itu, hipotesis keempat tidak dapat diterima.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, yaitu mengenai pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan dengan sistem akuntansi manajemen sebagai variabel mediasi yang sudah dijelaskan, dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja perusahaan pada UMKM sub sektor perikanan di TPI Tasikagung II Kabupaten Rembang.
2. Orientasi pasar berpengaruh terhadap sistem akuntansi manajemen pada UMKM sub sektor perikanan di TPI Tasikagung II Kabupaten Rembang.
3. Sistem akuntansi manajemen berpengaruh terhadap kinerja perusahaan pada UMKM sub sektor perikanan di TPI Tasikagung II Kabupaten Rembang.
4. Orientasi pasar melalui sistem akuntansi manajemen tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan pada UMKM sub sektor perikanan TPI Tasikagung II Kabupaten Rembang. Hal ini menimbulkan temuan baru karena memiliki hasil yang berbeda dengan penelitian terdahulu.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang tertera di atas, maka dapat diberikan beberapa saran antara lain :

1. Dari hasil tanggapan responden terhadap orientasi pasar, diketahui bahwa nilai terendah terdapat pada "semua bagian di dalam perusahaan telah terkoordinasi

dengan baik dalam hal melayani kebutuhan pasar sasaran kami". Maka dari itu, diharapkan untuk semua pelaku usaha di bidang perikanan dapat bekerjasama dengan baik dan nantinya semua bagian di dalam perusahaan dapat terkoordinasi lebih baik lagi sehingga kebutuhan pasar sasaran juga akan terpenuhi.

2. Dari hasil tanggapan responden terhadap sistem akuntansi manajemen, diketahui bahwa nilai terendah terdapat pada "anda bisa memperoleh informasi tentang faktor luas di luar organisasi Anda (seperti kondisi ekonomi, pertumbuhan populasi, perkembangan teknologi, dll)". Sebaiknya, perusahaan berusaha untuk mencari informasi di luar organisasi agar kegiatan operasional perusahaan juga dapat berjalan lebih baik lagi.
3. Dari hasil tanggapan responden terhadap kinerja perusahaan, diketahui bahwa nilai terendah terdapat pada "Organisasi kami dapat mencapai peningkatan kualitas produk dan layanan dalam kurun waktu tiga bulan terakhir". Setelah melakukan pengamatan di lapangan, kualitas dari produk tidak dapat ditentukan sendiri oleh perusahaan, karena kualitas produk yang diperoleh berdasarkan dengan hasil tangkapan ikan dari nelayan.

Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang sebenarnya ditujukan kepada pemilik perusahaan, tetapi karena pemilik perusahaan sulit untuk ditemui, maka responden diwakilkan oleh managernya. Hal ini dapat menyebabkan bahwa jawaban dari responden tidak mencerminkan keadaan yang sesungguhnya dikarenakan bisa saja manager tidak mengetahui semua kondisi yang sebenarnya.
2. Objek penelitian masih terlalu dalam ruang yang sempit yaitu hanya mengacu pada satu tempat saja yaitu pada TPI Tasikagung II Kabupaten Rembang.

Daftar Pustaka

- Agbejule, A. (2005). The relationship between management accounting systems and perceived environmental uncertainty on managerial performance: A research note. *Accounting and Business Research*, 35(4), 295–305. <https://doi.org/10.1080/00014788.2005.9729996>
- Agus Zainul Arifin, R. D. (2020). Strategic Orientation on Performance: The Resource Based View Theory Approach. *Jurnal Akuntansi*, 24(1), 131. <https://doi.org/10.24912/ja.v24i1.661>
- Bamfo, B. A., & Kraa, J. J. (2019). Market orientation and performance of small and medium enterprises in Ghana: The mediating role of innovation. *Cogent Business and Management*, 6(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1605703>
- Chenhall, R. H., & Morris, D. (1986). The Impact of Structure, Environment, and Interdependence on the Perceived Usefulness of Management Accounting Systems. *Source: The Accounting Review*, 61(1), 16–35. <http://www.jstor.org/stable/247520%5Cnhttp://www.jstor.org/page/info/about/policies/terms.jsp>
- Drs. Wahyono, M. (2002). Orientasi Pasar Dan Inovasi: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran. In *Orientasi Pasar Dan Inovasi: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran* (Vol. 1, Issue 1, pp. 23–40). <https://doi.org/10.14710/jspi.v1i1.23-40>
- Dyer, J. H., & Singh, H. (1984). Relational View. *Annals of Business Administrative Science*, 13(2),

- 77-90. <https://doi.org/10.7880/abas.13.77>
- Etikan, I. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Ferraresi, A. A., Quandt, C. O., dos Santos, S. A., & Frega, J. R. (2012). Knowledge management and strategic orientation: Leveraging innovativeness and performance. *Journal of Knowledge Management*, 16(5), 688-701. <https://doi.org/10.1108/13673271211262754>
- Frösén, J., Jaakkola, M., Churakova, I., & Tikkanen, H. (2016). Effective forms of market orientation across the business cycle: A longitudinal analysis of business-to-business firms. *Industrial Marketing Management*, 52, 91-99. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.05.012>
- Guilding, C., & McManus, L. (2002). The incidence, perceived merit and antecedents of customer accounting: An exploratory note. *Accounting, Organizations and Society*, 27(1-2), 45-59. [https://doi.org/10.1016/S0361-3682\(01\)00030-7](https://doi.org/10.1016/S0361-3682(01)00030-7)
- Gul, F. A., & Chia, Y. M. (1994). The effects of management accounting systems, perceived environmental uncertainty and decentralization on managerial performance: A test of three-way interaction. *Accounting, Organizations and Society*, 19(4-5), 413-426. [https://doi.org/10.1016/0361-3682\(94\)90005-1](https://doi.org/10.1016/0361-3682(94)90005-1)
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks. Sage, 165.
- Handayani, S., & Hariyati, H. (2014). Pengaruh Karakteristik Sistem Informasi Akuntansi Manajemen: Broad Scope, Timeliness, Aggregated, Dan Integrated Terhadap Kinerja Manajerial Umkm. (Studi Pada Umkm Di Desa Wedoro, Kab. Sidoarjo). *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, 5(2), 184. <https://doi.org/10.26740/jaj.v5n2.p184-204>
- Iskandar, A., & Febriyantoro, M. T. (2019). Peran Kinerja Inovasi Hijau Dalam Menghubungkan Permintaan Pasar, Dan Kinerja Bisnis (Studi Pada Umkm Di Kota Batam). *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS*, 7(2), 182-191. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v7i2.1626>
- Jaworski, B. J., & Kohli, A. K. (1993). Market Orientation : Antecedents. *Journal of Marketing*, 57(July), 53-70.
- Kaplan, R. S. (1983). Manufacturing new performance : A for managerial challenge accounting. *The Accounting Review*, 58(4), 686-705. <http://www.jstor.org/stable/247063>
- Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. (1990). Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications. *Journal of Marketing*, 54(2), 1-18. <https://doi.org/10.1177/002224299005400201>
- Kurniawan, R., Budiastuti, D., Hamsal, M., & Kosasih, W. (2020). The impact of balanced agile project management on firm performance: the mediating role of market orientation and strategic agility. *Review of International Business and Strategy*. <https://doi.org/10.1108/RIBS-03-2020-0022>
- Manzano, Joaquin Aldas; Kuster, Ines; Via, N. (2006). Market Orientation and Inovation. *Ship Technology Research*, 53(4), 194-200. <https://doi.org/10.1179/str.2006.53.4.005>
- Mariana, A. (2009). Pengaruh Sistem Akuntansi Manajemen terhadap Kinerja Manajerial dengan Ketidakpastian Lingkungan dan Desentralisasi sebagai Variabel Moderating. *Jai*, 5(2), 131-141.
- Mulyono, J. A. (2020). *Pandemi Corona, Harga Ikan di Rembang Terjun Bebas*. <https://www.tagar.id/pandemi-corona-harga-ikan-di-rembang-terjun-bebas>
- Muthaher, O. (2009). Analisis pengaruh penggunaan informasi sistem akuntansi manajemen terhadap keunggulan bersaing melalui kinerja bisnis. 217-230.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (2012). The Effect of Market Orientation on Business Profitability. *Developing a Market Orientation, October*, 45-78. <https://doi.org/10.4135/9781452231426.n3>

- Newbert, S. L. (2008). The Effect of Firm Compensation Structures on the Mobility and Entrepreneurship of Extreme Performers. *Business*, 768(April), 1-43. <https://doi.org/10.1002/smj>
- Nguyen, N. P. (2018). Performance implication of market orientation and use of management accounting systems. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 25(1), 33-49. <https://doi.org/10.1108/jabes-04-2018-0005>
- Ogi, I., Massie, J., & Lapian, A. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Pt. Bpr Prisma Dana Amurang. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 1330-1339. <https://doi.org/10.35794/emba.v4i1.12343>
- Otley, D. T. (1980). The contingency theory of management accounting: Achievement and prognosis. *Accounting, Organizations and Society*, 5(4), 413-428. [https://doi.org/10.1016/0361-3682\(80\)90040-9](https://doi.org/10.1016/0361-3682(80)90040-9)
- Rembang, K. (2018). *Statistik Perikanan Laut Statistik Perikanan Laut*.
- Sarwono, J. (2012). *Mengenal PLS-SEM*. 3-15.
- Solechan, A., & Setiawati, I. (2009). MODERATING TERHADAP KINERJA MANAJERIAL (STUDI EMPIRIS PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI KABUPATEN SEMARANG) (The Influence Of Management Accounting System (MAS) Characteristic And Decentralization On Managerial Performance At Manufacturing Company In Kabupate. *Fokus Ekonomi*, 4(1), 64-74.
- Talaja, A. (2012). Testing VRIN framework: Resource value and rareness as sources of competitive advantage and above average performance. *Management: Journal of Contemporary Management Issues*, 17(2), 51-64.
- Wiwoho, G. (2019). PENGARUHNYA TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA PERUSAHAAN PADA UMKM: SEBUAH AGENDA PENELITIAN Gunarso Wiwoho. *Fokus Bisnis*, 18(2), 29-38. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v>
- Zhou, K. Z., Brown, J. R., & Dev, C. S. (2008). Market orientation, competitive advantage, and performance: A demand-based perspective. *Journal of Business Research*, 62(11), 1063-1070. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.10.001>
- Zulkarnain, M., & Mukarramah, M. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Umkm Sektor Makanan Dan Minuman. *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS*, 7(2), 192-200. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v7i2.1675>