

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kinerja usaha merupakan indikator utama yang menunjukkan tingkat keberhasilan suatu bisnis dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, baik dari aspek pertumbuhan penjualan, peningkatan keuntungan, kemampuan mempertahankan pelanggan serta keberlanjutan operasional dalam jangka panjang. Kinerja usaha menjadi tolok ukur penting untuk menilai apakah strategi yang diterapkan telah berjalan efektif dalam menghadapi persaingan pasar, tinggi rendahnya kinerja mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola sumber daya secara efektif, menyusun strategi yang tepat, serta beradaptasi dengan dinamika lingkungan bisnis.¹ Dalam persaingan usaha yang semakin ketat, peningkatan kinerja tidak cukup hanya mengandalkan kegiatan operasional sehari-hari, tetapi membutuhkan strategi yang tepat dan berkelanjutan.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang dijalankan oleh individu maupun badan usaha dengan skala kecil hingga menengah. UMKM beroperasi di beragam sektor, seperti perdagangan, jasa, pertanian, hingga industri pengolahan, dan menjadi

¹ Koeswinarno Siti Nur Azizah, "Menghubungkan Sertifikat Halal Dengan Kinerja Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Indonesia," *Jurnal Internasional Keuangan Dan Manajemen Islam Dan Timur Tengah* 18(6), 2025.

bagian penting dalam aktivitas ekonomi masyarakat.² Karakteristik UMKM umumnya ditandai dengan pengelolaan usaha yang sederhana, penggunaan modal terbatas, serta struktur organisasi yang masih relatif fleksibel. Meskipun demikian, UMKM memiliki daya tahan yang cukup kuat dalam menghadapi dinamika ekonomi karena mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar. Perkembangan UMKM di Indonesia melihat tren yang terus meningkat dan menjadi peluang strategis dalam mendorong pertumbuhan perekonomian.

Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM memiliki fungsi yang sangat strategis dalam perekonomian Indonesia. Kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional tercatat lebih dari 60%, dengan jumlah unit usaha yang terus meningkat dan diperkirakan mencapai sekitar 65,5 juta unit pada tahun 2024. Keberadaan UMKM ini menjadi fondasi utama perekonomian nasional karena mampu menyumbang sekitar 61,9% terhadap PDB serta menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia.³ Kontribusi tersebut menunjukkan bahwa UMKM merupakan fondasi utama perekonomian nasional. Oleh karena itu, keberlangsungan dan perkembangan UMKM sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam menjaga serta meningkatkan kinerja usahanya.

² Fawwazky Raja, Putra Kiswandi, and Muhammad Alif Ghifari, "Peran Umkm (Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah) Terhadap Pertumbuhan Perekonomian Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* 1, no. 4 (Oktober 30, 2023): 154–62.

³ kementerian keuangan RI, "UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat," 2024, <https://doi.org/https://djp.kemenkeu.go.id/kppn/curup/id/data-publikasi/artikel/2885-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html>.

Menurut teori *Resource-Based View*, keberhasilan dan berkesinambungan kinerja usaha sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya internal yang dimiliki, terutama yang memiliki nilai tinggi, tidak mudah ditiru, dan sulit digantikan. Dalam penelitian, ekonomi hijau, orientasi pasar, dan orientasi kewirausahaan dapat dipahami sebagai bentuk pemanfaatan sumber daya strategis yang dimiliki pelaku usaha. Ketika sumber daya tersebut diolah melalui inovasi sebagai kemampuan untuk beradaptasi dan berkembang, maka hal tersebut dapat menciptakan keunggulan yang sulit disaingi dan pada akhirnya mendorong peningkatan kinerja usaha secara berkelanjutan.⁴

Berdasarkan penelitian Hindawati, kinerja usaha dapat dilihat dari sejauh mana pelaku usaha mampu mengelola sumber daya yang dimiliki, melakukan inovasi, serta meningkatkan nilai produk agar tetap bertahan di pasar. Faktor internal seperti orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan inovasi produk memiliki peran penting, sedangkan faktor eksternal seperti penerapan ekonomi hijau juga turut memberikan pengaruh. Jika seluruh faktor tersebut dapat dikelola dengan baik dan saling mendukung, maka akan mampu meningkatkan daya saing sekaligus menjaga keberlanjutan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.⁵

⁴ Nurma Fitrianna, "Pelaksanaan Prinsip Efisiensi Sumber Daya Dalam *Green economy* Oleh UMKM Kuliner Dan Dampaknya Pada Lingkungan," *Jurnal Ekonomi, Akutansi Dan Manajemen* . Volume. 4, Nomor. 2, (Januari 16, 2025). <https://share.google/qhRuiojIDIORfviMs>.

⁵ Enny Noegraheni Hindarwati, Agus Rahayu, and Lili Adi Wibowo, "Orientasi Kewirausahaan Dalam Kinerja UMKM Di Jember," *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* Vol. 9, No (Juni 11, 2021), <https://doi.org/Http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jmdk>.

Ekonomi hijau (*green economy*) ialah salah satu faktor yang dapat memengaruhi kinerja usaha. Menurut *United Nations Environment Programme* (UNEP), ekonomi hijau adalah suatu pendekatan ekonomi yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan keadilan sosial, sekaligus menekan risiko kerusakan lingkungan serta penggunaan sumber daya alam yang berlebihan.⁶ Sehingga kinerja usaha perlu menerapkan ekonomi hijau mengidentifikasi sumber daya alam secara efisiensi, memanfaatkan bahan baku lokal dengan prinsip ramah lingkungan. Melalui penerapan ekonomi hijau dalam sektor tersebut tidak hanya memberikan keuntungan bagi lingkungan, tetapi juga meningkatkan daya saing serta keberlanjutan usaha.⁷

Salah satu hambatan utama dalam pengembangan pertumbuhan ekonomi hijau adalah masih minimnya penerapan prinsip ekonomi hijau secara nyata di kalangan masyarakat, khususnya pada tingkat daerah dan lokal. Kondisi ini menunjukkan bahwa transformasi menuju ekonomi hijau belum berjalan optimal.⁸ Penelitian sebelumnya oleh Nurma Fitrianna menunjukkan bahwa penerapan prinsip efisiensi penggunaan sumber daya

⁶ Nurma Fitrianna, "Pelaksanaan Prinsip Efisiensi Sumber Daya Dalam *Green economy* Oleh UMKM Kuliner Dan Dampaknya Pada Lingkungan," *Jurnal Ekonomi, Akutansi Dan Manajemen . Volume. 4, Nomor. 2*, (Januari 16, 2025), <https://share.google/qhRuiojIDIORfviMs>.

⁷ Hastuti Handayani Harahap et al., "Penerapan Konsep *Green economy* Terhadap Peningkatan Pendapatan Dengan Literasi Digitalil Sebagai Mediasi Pada UMKM Di Kota Tebing Tinggi," *Economic Development Progress* 3, no. 1 (2024): 55–64, <https://doi.org/10.70021/edp.v3i1.138>.

⁸ Hastuti Handayani Harahap, "Penerapan Konsep *Green economy* Terhadap Peningkatan Pendapatan Dengan Literasi Digital Sebagai Mediasi Pada UMKM Di Kota Tebing Tinggi," *Economic Development Progress* 3, no. 1 (Juli 25, 2024): 55–64, <https://doi.org/www.journal.stie-binakarya.ac.id>.

di UMKM kuliner masih terbatas.⁹ Namun, jika diimplementasikan, praktik tersebut dapat mengurangi limbah, menurunkan biaya jangka panjang, dan meningkatkan daya tarik bagi konsumen yang peduli lingkungan. Hal ini sejalan dengan teori *Porter* dan *Van der Linde*, yang menyatakan bahwa praktik yang mengedepankan aspek lingkungan dapat menciptakan keunggulan dalam bersaing dan memberikan dampak positif pada kinerja usaha.¹⁰

Kinerja usaha selain dipengaruhi oleh penerapan ekonomi hijau, ditentukan juga oleh orientasi pasar. Orientasi pasar dibutuhkan dalam kinerja usaha karena menjadi strategi yang memungkinkan pelaku usaha untuk terus memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, secara konsisten mengumpulkan informasi pasar, menghadapi persaingan yang dinamis, serta menciptakan nilai unggul yang akhirnya berdampak positif pada kinerja usaha secara keseluruhan. Dalam pengembangan usaha pendekatan bisnis yang mengutamakan pemahaman terhadap kebutuhan konsumen, serta meningkatkan kerja sama internal untuk memberikan nilai lebih bagi pelanggan. Menurut Narver dan Slater dalam penelitian Rahayu menjelaskan bahwa orientasi pasar merupakan budaya organisasi yang menitik beratkan pada fokus pelanggan, perhatian terhadap pesaing, dan kolaborasi antar departemen dalam memanfaatkan informasi tentang

⁹ *Ibid.*, 4.

¹⁰ Rafialdo Arifian Muhammad Alfarizi, "Determinasi Green Knowledge Economy Terhadap Kinerja UKM Indonesia Berkelanjutan Green Knowledge Economy Determination on the Performance of Sustainable Indonesia SMEs," *Publikasi Penelitian Terapan Dan Kebijakan Vol 7 No 1 Tahun 7*, no. 1 (2024).

pasar.¹¹ Dengan memiliki orientasi pasar yang baik, pelaku usaha itu dapat menyesuaikan diri dengan perubahan di lingkungan bisnis, memperbaiki kualitas produk, serta membuat keputusan yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan pasar. Keberhasilan usaha dalam mengambil peluang pasar sangat bergantung pada seberapa baik mereka mengerti keinginan konsumen dan cepat dalam menanggapi. Sebaliknya, jika orientasi pasar rendah, pelaku usaha akan menghadapi kesulitan dalam bersaing, lambat menyesuaikan diri dengan perubahan preferensi, kurang kreatif dalam inovasi produk, dan pada akhirnya akan mengalami penurunan kinerja.¹²

Orientasi pasar berperan penting dalam mendorong inovasi serta meningkatkan kinerja usaha. Hal ini didukung pada temuan oleh Ratih menemukan bahwa penerapan orientasi pasar membantu UMKM mengembangkan inovasi produk yang selaras dengan kebutuhan dan preferensi konsumen, sehingga berdampak positif terhadap peningkatan penjualan dan tingkat kepuasan pelanggan.¹³ Selain itu, penelitian Zio Rahman menegaskan bahwa orientasi pasar memiliki pengaruh langsung terhadap daya saing dan kinerja usaha, khususnya pada sektor kuliner yang

¹¹ Sri Rahayu et al., “Inovasi Produk Sebagai Mediasi Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Umkm,” *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah* 8, no. 2 (2025): 1440–57, <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v8i2.2184>.

¹² Clarencia Margaretha and Lydiawati Soelaiman, “Entrepreneurial Orientation , Market Orientation , and Organizational Culture on Business Performance,” *Advances in Economics, Business and Management Research, Volume 653 Business* 653, no. Icebm 2021 (2022): 387–93.

¹³ Ratih Indriyani and Michelle Felicia, “Market Orientation And Innovation As Determinants Of Competitive Advantage In The E-Commerce-Based Fashion Industry Orientasi Pasar Dan Inovasi Sebagai Determinan Keunggulan Kompetitif Dalam Industri Fashion Berbasis E-Commerce,” *Management Studies and Entrepreneurship Journal Vol 6(6) 2025*:346-359 6, no. 6 (2025): 346–59.

menuntut kemampuan adaptasi yang cepat terhadap perubahan tren pasar. Oleh karena itu, orientasi pasar dapat dipandang sebagai faktor strategis yang memperkuat hubungan antara penerapan ekonomi hijau, orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan peningkatan kinerja UMKM di sektor kuliner.¹⁴

Selain orientasi pasar, orientasi kewirausahaan juga menjadi faktor yang memengaruhi kinerja usaha. Orientasi kewirausahaan dapat di katakan sebagai pola sikap dan perilaku yang dimiliki oleh individu maupun organisasi dalam mencari, menjelajahi, serta memanfaatkan kesempatan baru untuk meningkatkan nilai dan mencapai tujuan yang diharapkan. Konsep ini tercermin dalam kemampuan pelaku usaha untuk mengombinasikan kreativitas, inovasi, ketekunan, serta keberanian mengambil risiko secara terukur dalam mengembangkan atau menyempurnakan produk, layanan, maupun proses bisnis agar memberikan keuntungan yang berkelanjutan. Adapun faktor-faktor yang memengaruhi orientasi kewirausahaan antara lain keberanian mengambil risiko, kreativitas, pengalaman usaha, serta motivasi berprestasi yang mendorong pelaku usaha untuk bersikap inovatif dan proaktif dalam merespons perubahan kondisi pasar.¹⁵

¹⁴ Zio Hambali Rahman, “Pengaruh Orientasi Pasar , Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus UMKM Kuliner Di Kota Padang),” 2025, n.d., 1–11.

¹⁵ Mariawati Mulyadi, Dedi, “Pengaruh Green Innovation Dan Keberlangsungan Usaha Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Pabrik Tahu Dan Tempe,” *SEIKO : Journal of Management & Business. Volume 7 Issue 1 (2024) Pages 1451 - 1463* 7, no. 1 (2024): 1451–63, <https://doi.org/https://share.google/iUi0vy097ZjmGgP4a>.

Menurut Hidayat, pengembangan kewirausahaan mempunyai peran penting dalam mengembangkan kinerja bisnis sekaligus memperkuat ketahanan usaha. Hal ini membuktikan bahwa kewirausahaan memiliki peran positif dan signifikan dalam meningkatkan kinerja usaha. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Calvin Hamel yang membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. UKM yang memiliki tingkat inovasi yang tinggi, keberanian dalam mengambil risiko, sikap proaktif, serta kemampuan memahami dan merespons kebutuhan pasar cenderung menunjukkan peningkatan kinerja usaha.¹⁶

Kinerja usaha tidak hanya dipengaruhi secara langsung oleh penerapan ekonomi hijau, orientasi pasar, dan orientasi kewirausahaan, tetapi juga dipengaruhi secara tidak langsung melalui inovasi produk sebagai variabel *intervening*. Implementasi prinsip ekonomi hijau mendorong pelaku usaha untuk menghasilkan inovasi produk yang memperhatikan aspek ramah lingkungan dan keberlanjutan, sehingga berkontribusi pada peningkatan kinerja usaha, sementara orientasi pasar menuntut pelaku usaha untuk konsisten mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan preferensi konsumen. Di sisi lain, orientasi kewirausahaan yang tercermin melalui sikap inovatif, proaktif,

¹⁶ Calvin Hamel dan Andi Wijaya, “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha UKM Di Jakarta Barat,” *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, Volume II No. 4 2020 II, no. 4 (2020): 863–72, <https://doi.org/https://share.google/TzpW3VtML4EqSLMda>.

serta keberanian mengambil risiko menjadi pendorong utama terciptanya inovasi produk. Inovasi produk berfungsi sebagai penghubung yang memperkuat pengaruh ketiga variabel strategis tersebut terhadap kinerja usaha, baik dari sisi daya saing, kepuasan pelanggan, maupun keberlangsungan usaha.¹⁷

Inovasi produk merupakan variabel penting yang berperan sebagai penghubung antara orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan ekonomi hijau terhadap kinerja usaha. Inovasi produk dapat diartikan sebagai kemampuan pelaku usaha dalam merespons dinamika pasar melalui penciptaan produk atau layanan baru, pembaruan produk yang sudah ada, pengembangan efisiensi operasional, serta penambahan nilai dalam proses bisnis. Dalam lingkungan persaingan yang terus berkembang, inovasi produk menjadi faktor kunci dalam menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif.

Orientasi pasar memberi kesempatan bagi perusahaan untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, Namun, tanpa didukung oleh inovasi produk, informasi pasar tersebut tidak dapat diimplementasikan secara optimal untuk menghasilkan keunggulan bersaing. Menurut Kotler dalam penelitian yulianti menyatakan bahwa beberapa faktor untuk menciptakan produk yang inovatif dapat dilakukan

¹⁷ Fipit Alam, Pratama Widian, and Naili Farida, "Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada UMKM Kuningan Juwana Kabupaten Pati)," *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2020, 345–52, <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28117>.

melalui pengembangan fitur baru, peningkatan variasi kualitas, serta penyediaan ukuran dan model produk yang beragam.¹⁸

Hal ini didukung penelitian yang dilakukan Rahman yang menunjukkan bahwa orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan secara bersama-sama memberikan pengaruh positif terhadap kinerja UMKM, dengan inovasi produk sebagai variabel perantara yang membantu memperkuat hubungan.¹⁹ Temuan ini mengungkapkan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam memahami kebutuhan pasar serta menerapkan sikap kewirausahaan yang proaktif mendorong terciptanya inovasi produk yang pada akhirnya meningkatkan kinerja usaha. Sejalan dengan hal tersebut, Penelitian yang dilakukan Sri Rahayu juga membuktikan bahwa orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan memiliki dampak positif dan signifikan pada inovasi produk serta kinerja usaha. Selain itu, inovasi produk juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kemajuan kinerja usaha. Dengan hal itu UMKM yang mampu membaca peluang pasar, bersikap inovatif, dan memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat cenderung lebih berhasil dalam menghasilkan produk bernilai jual tinggi yang berdampak langsung pada peningkatan kinerja usaha.²⁰

¹⁸ R R Yulianti Prihatiningrum et al., “Peran Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk Dan Kinerja Pemasaran Pada Umkm Tanggung Di Lingkungan Lahan Basah,” *Jurnal Wawasan Manajemen* Vol. 8 Nom (2020): 179–95.

¹⁹ Rahman, “Pengaruh Orientasi Pasar , Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus UMKM Kuliner Di Kota Padang).”

²⁰ Rahayu et al., “Inovasi Produk Sebagai Mediasi Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Umkm.”

Kota Kediri termasuk salah satu kota yang terus berkembang dan secara aktif mendorong pemberdayaan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pertumbuhan UMKM di Kota Kediri menunjukkan tren yang cukup signifikan dan tersebar di tiga wilayah kecamatan, yaitu Kecamatan Kota, Kecamatan Mojoroto, dan Kecamatan Pesantren. Dalam kurun waktu empat tahun terakhir, sejak tahun 2020 hingga 2024, jumlah UMKM di Kota Kediri tercatat mengalami peningkatan yang berkelanjutan. Adapun data perkembangan UMKM di Kota Kediri selama lima tahun terakhir disajikan sebagai berikut :

Tabel 1. 1

Data UMKM Kota Kediri Tahun 2020 - 2024

Tahun	Jumlah UMKM
2020	5.070
2021	5.808
2022	7.077
2023	9.553
2024	10.996

Sumber: Data diolah peneliti, Tahun 2026

Dari tabel diatas yang bersumber dari Dinas Koperasi, Usaha Mikro, dan Tenaga Kerja Kota Kediri, jumlah UMKM di Kota Kediri menunjukkan kecenderungan meningkat secara konsisten selama periode 2020–2024. Pada tahun 2020, jumlah UMKM tercatat sebanyak 5.070 unit, kemudian meningkat menjadi 5.808 unit pada tahun 2021. Selanjutnya, pada tahun 2022 jumlah UMKM kembali bertambah menjadi 7.077 unit, meningkat signifikan pada tahun 2023 menjadi 9.553 unit, dan terus mengalami kenaikan hingga mencapai 10.996 unit pada tahun 2024. Dengan demikian,

hingga tahun 2024, total UMKM yang beroperasi di Kota Kediri berjumlah 10.996 unit. UMKM tersebut berasal dari berbagai sektor usaha, salah satunya sektor kuliner. Peningkatan jumlah UMKM yang terjadi dari tahun ke tahun ini mencerminkan perkembangan yang cukup pesat dan berkontribusi positif terhadap pertumbuhan perekonomian di Kota Kediri.²¹

Berdasarkan data dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Kediri, jumlah UMKM yang telah memiliki sertifikasi halal mencapai 5.659 unit. Angka tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat pelaku UMKM yang belum mengurus sertifikasi halal untuk produknya. Meskipun demikian, capaian ini sebenarnya sudah melampaui lebih dari 30% dari target yang ditetapkan. Kondisi ini menggambarkan bahwa masih banyak pelaku usaha yang belum memanfaatkan sertifikasi halal sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing.²² Salah satu kawasan yang menjadi perhatian adalah Sentra Kuliner Halal yang berada di Kelurahan Tamanan, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri, yang telah ditetapkan sebagai Zona Kuliner Halal, Aman, dan Sehat (KHAS). Kawasan ini dikenal dengan usaha khas soto ayam Bok Ijo yang dikelola oleh beberapa pelaku usaha. Keberadaan sentra kuliner ini menjadikan wilayah tersebut dikenal luas

²¹ Pemerintahan Kota Kediri, “Kinerja Dinas Koperasi, Usaha Mikro Dan Tenaga Kerja,” 2024. https://satudata.kedirikota.go.id/data_dasar/index/168-kinerja-dinas-koperasi-usaha-mikro-dan-tenaga-kerja?id_skpd=9

²² *Ibid.*, hlm 23

sebagai Kampung Soto Ayam Bok ijo Tamanan, karena memiliki keunikan dan konsentrasi usaha kuliner yang cukup kuat.²³

Soto Ayam Bok Ijo merupakan salah satu kuliner soto legendaris yang menyajikan soto khas Kota Kediri. Usaha kuliner ini telah mengantongi sertifikasi halal sejak September 2023, sehingga mampu memberikan jaminan kehalalan, keamanan, dan kualitas kesehatan produk yang ditawarkan. Saat ini, Soto Ayam Tamanan Bok Ijo dikenal sebagai sentra kuliner halal pertama di Kota Kediri bahkan di wilayah Jawa Timur. Berdiri sejak tahun 1969, usaha ini telah beroperasi selama kurang lebih 55 tahun dan menjadi bagian dari sejarah kuliner lokal.²⁴ Namun, di balik keunggulan tersebut, masih dijumpai beberapa kondisi operasional yang belum optimal, seperti penerapan prinsip ramah lingkungan yang belum merata, serta pengembangan inovasi produk dan pemasaran yang cenderung terbatas. Strategi usaha juga masih banyak bergantung pada reputasi lama dan pelanggan setia, sementara upaya adaptasi terhadap perubahan selera konsumen dan dinamika persaingan usaha belum sepenuhnya dilakukan.

Berdasarkan hasil observasi awal, Sentra Kuliner Soto Ayam Bok Ijo di Kota Kediri masih terdapat berbagai tantangan dalam meningkatkan

²³ Didik Mashudi, “Kelurahan Tamanan Di Kota Kediri Akan Jadi Zona Kuliner Soto Ayam Tamanan Yang Halal Aman Dan Sehat,” 2023, <https://doi.org/https://mataraman.tribunnews.com/2023/06/02/kelurahan-tamanan-di-kota-kediri-akan-jadi-zona-kuliner-soto-ayam-tamanan-yang-halal-aman-dan-sehat>.

²⁴ Pemkot Kediri, ‘Jadi Destinasi Kuliner Halal Pertama Di Jawa Timur, Wali Kota Kediri Beri Label Halal Sentra Kuliner Soto Ayam Bok Ijo Tamanan’, Pemkot Kediri The Service City, 2023. <https://www.kedirikota.go.id/p/berita/10111971/jadi-destinasi-kuliner-halal-pertama-di-jawa-timur-wali-kota-kediri-beri-label-halal-sentra-kuliner-soto-ayam-bok-ijo-tamanan>

kinerja usaha. Salah satu permasalahan yang belum menerapkan ekonomi hijau secara optimal, seperti menggunakan bahan baku yang lebih ramah lingkungan dan meminimalkan pemborosan, mengelola limbah secara terpisah antara organik dan nonorganik, serta menerapkan efisiensi air dalam proses produksi. Penerapan praktik ini akan bermanfaat bagi kelangsungan usaha. Banyak usaha yang belum memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan baik, sehingga strategi pemasaran dapat disusun secara lebih tepat sasaran dan pengembangan produk seringkali bersifat reaktif. Selain itu, masih terbatasnya inovasi produk yang dilakukan, baik dalam hal variasi menu, tampilan produk, maupun strategi penyajian kepada konsumen. Temuan awal menunjukkan bahwa masih terdapat permasalahan nyata, sehubungan dengan itu, penerapan ekonomi hijau, orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan secara konsisten menjadi penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mendorong kinerja usaha secara keseluruhan. Jika pelaku usaha tidak menerapkan dalam memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan, serta tidak menumbuhkan orientasi kewirausahaan dalam mengembangkan usaha, maka peluang untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing akan terbatas.²⁵

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberlanjutan dan peningkatan kinerja usaha kuliner halal tidak dapat hanya mengandalkan

²⁵ Panthera Divandarega et al., "Upaya Penguatan Strategi Daya Tarik Masyarakat Terhadap ' Soto Ayam Tamanan Bok Ijo ' Melalui Branding Kreatif Dan Inovatif .," *Proceedings of The National Conference on Community Engagement* 2, no. 1 (2025): 214–25, <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/nccce>.

sejarah usaha, maupun sertifikasi halal yang dimiliki. Perubahan pola konsumsi masyarakat, meningkatnya persaingan usaha kuliner, serta tuntutan terhadap praktik usaha yang ramah lingkungan menuntut pelaku usaha untuk menerapkan strategi pengelolaan yang lebih adaptif dan berorientasi pada keberlanjutan.²⁶

Banyak studi terdahulu telah mengkaji pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM. Penelitian yang diteliti oleh Suzan Sefanya dkk. menemukan bahwa orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM melalui mediasi keunggulan kompetitif.²⁷ Namun, penelitian Siti Maisaroh menunjukkan hasil yang berbeda, di mana orientasi pasar dan inovasi produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM, meskipun secara simultan keduanya berpengaruh signifikan dengan *halal supply chain* sebagai variabel moderasi. Perbedaan temuan tersebut mengidentifikasi adanya inkonsistensi hasil penelitian terkait peran orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan inovasi dalam meningkatkan kinerja usaha.²⁸ Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada pengaruh langsung antar variabel tanpa menguji pada

²⁶ Khafidzatu Nadhila et al., “Membangun Keberlanjutan UMKM Soto Ayam Di Kota Kediri,” *Proceedings of The National Conference on Community Engagement* 1 (2024): 95–105, <https://doi.org/https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/ncce> Membangun.

²⁷ suzan Sefanya And Mei Ie, “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Umkm Dengan Dimediasi Keunggulan Kompetitif,” *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 06, no. 02 (2024): 494–507.

²⁸ Hanif Siti Maisaroh, Syamsul Hilal, “Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Bisnis UMKM Di Provinsi Lampung Dengan Halal Supply Chain Sebagai Variabel Moderasi,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03) 8, no. 03 (2022): 3442–58.

variabel inovasi produk sebagai variabel *intervening*. Kajian mengenai penerapan ekonomi hijau dalam meningkatkan kinerja usaha juga masih relatif terbatas, khususnya pada UMKM bersertifikasi halal dan pada konteks sentra kuliner lokal. Penelitian sebelumnya dilakukan pada UMKM secara umum dan belum secara spesifik meneliti pada Sentra Kuliner Halal Soto Ayam Bok Ijo di Kota Kediri merupakan kawasan yang telah dibilang sebagai Zona Kuliner Halal, Aman, dan Sehat. penelitian ini dilakukan untuk mengkaji dan menguji pengaruh ekonomi hijau, orientasi pasar, dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha melalui inovasi produk sebagai variabel *intervening* pada Sentra Kuliner Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri. Penelitian ini diharapkan dapat mengisi keterbatasan penelitian sebelumnya dan dapat meningkatkan kinerja usaha di Sentra Kuliner Halal Soto Ayam Bok Ijo.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti memilih Sentra Kuliner Halal Soto Ayam Bok Ijo Di Kota Kediri sebagai tempat penelitian dengan fokus pada beberapa variabel yang mungkin berdampak terhadap kinerja usaha. Untuk membuktikan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Ekonomi Hijau, Orientasi Pasar, dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha di Sentra Kuliner Halal Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri dengan Inovasi Produk sebagai Variabel *Intervening*.”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan isu yang sudah dibahas di bagian latar belakang penelitian ini, masalah yang ada dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Penerapan ekonomi hijau berpengaruh terhadap kinerja usaha, di mana semakin baik penerapan prinsip ramah lingkungan maka semakin meningkat kinerja usaha.²⁹ Namun, Penerapan ekonomi hijau di Soto Ayam Bok Ijo belum berjalan secara optimal, sehingga manfaatnya belum sepenuhnya dirasakan oleh pelaku usaha. Oleh karena itu, diperlukan penelitian untuk menganalisis pengaruh ekonomi hijau terhadap kinerja usaha di sentra kuliner.
2. Orientasi pasar berperan penting dalam meningkatkan kinerja usaha, memberikan nilai yang semakin kuat pada pelaku usaha dalam memahami kebutuhan dan preferensi pasar serta menyesuaikan strategi pemasaran, maka semakin baik kinerja usaha yang dicapai.³⁰ Namun, Orientasi pasar di Soto Ayam Bok Ijo belum diterapkan secara optimal, sehingga kinerja usaha belum maksimal. Oleh karena itu, perlu diteliti pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha di sentra kuliner tersebut.
3. Orientasi kewirausahaan dapat mempengaruhi kinerja usaha halal melalui kemampuan pelaku usaha dalam inovasi, keberanian mengambil risiko,

²⁹ Mohammed Mahmoud Imleesh and Mohammed Mahmoud Imleesh, "The Role of *Green economy* in Regional Tourism Development in Indonesia," *Unram Journal of Community Service* 6, no. 3 (2025): 429–34, <https://doi.org/10.29303/ujcs.v6i3.1110>.

³⁰ I Kadek Dony Wishanesta I Made Tawan, I Dewa Nyoman Usadha, "Pengaruh Orientasi Perusahaan Dan Social Mission Era Globalisasi Dalam Konteks Keberlangsungan Usaha Terhadap Green Ekonomi," *Nusantara Hasana Journal* 4, no. 5 (2024): 1–16.

proaktivitas, dan respons terhadap peluang pasar.³¹ Namun, sebagian orientasi kewirausahaan di Soto Ayam Bok Ijo belum diterapkan secara optimal oleh seluruh pelaku usaha, sehingga kinerja usaha yang dicapai belum maksimal. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengetahui sejauh mana orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha di Sentra Kuliner Halal Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri.

4. Penerapan ekonomi hijau berpotensi mendorong inovasi produk di Soto Ayam Bok Ijo melalui pemanfaatan bahan baku yang ramah lingkungan, efisiensi dalam proses pengolahan, serta pengembangan produk yang berorientasi pada keberlanjutan dan daya saing.³² Namun, dalam praktiknya masih terdapat pelaku usaha yang belum menerapkan prinsip ekonomi hijau secara optimal. Oleh karena itu, penting untuk meneliti sejauh mana penerapan ekonomi hijau terhadap inovasi produk pada usaha kuliner halal Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri.
5. Orientasi pasar dapat membantu kinerja usaha mengembangkan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen, sehingga meningkatkan daya saing usaha. Namun, sebagian kinerja usaha Soto Ayam Bok Ijo belum maksimal dalam menerapkan orientasi pasar untuk mendorong inovasi produk. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk

³¹ Sarwo Edy Handoyo Steven Sanjaya, "Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha," *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan Vol. 06, No. 02, April 2024 : Hlm 472 – 477* 06, no. 02 (2024): 472–77.

³² Salaheldin Elkatatny, "Development of a Homogenous Cement Slurry Using Synthetic Modified Phyllosilicate While Cementing," *Sustainability*, 2020, <https://doi.org/10.3390/su11071923>.

memahami pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi produk pada kinerja usaha kuliner halal Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri.

6. Orientasi kewirausahaan mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam mengambil risiko, berinovasi, dan proaktif dalam menciptakan produk baru yang kompetitif. Namun, tidak semua pelaku usaha kuliner halal Soto Ayam Bok Ijo menerapkan orientasi kewirausahaan secara optimal dalam proses inovasi produk. Oleh karena itu, penelitian ini diperlukan untuk memahami pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi produk pada kinerja usaha kuliner halal Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri.³³
7. Inovasi produk berperan penting dalam meningkatkan kinerja usaha karena produk yang terus diperbarui dan dikembangkan cenderung lebih menarik bagi konsumen dan mampu bersaing di pasar. Namun, sebagian pelaku usaha Soto Ayam Bok Ijo belum maksimal dalam menerapkan inovasi produk sehingga kinerjanya belum optimal. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memahami pengaruh inovasi produk terhadap kinerja usaha di Sentra kuliner halal Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri.³⁴
8. Ekonomi hijau dapat mendorong kinerja usaha untuk menerapkan inovasi produk ramah lingkungan yang sesuai dengan tuntutan pasar dan keberlanjutan usaha. Namun, belum semua kinerja usaha Soto Ayam Bok Ijo menerapkan prinsip ekonomi hijau untuk mendorong inovasi produk,

³³ Cynthia Vanessa Djodjobo Hendra N. Tawas, "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado," 2024 2, no. 3 (n.d.): 1214–24.

³⁴ Dwi Siti Halijah and Epi Fitriah, "Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Keuangan Pada UMKM Minuman Kota Bandung," *Jurnal Riset Akutansi*, 2024, 147–54.

sehingga kinerja usaha belum maksimal.³⁵ Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk menguji pengaruh ekonomi hijau terhadap pelaku usaha kuliner halal Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri melalui inovasi produk sebagai variabel *intervening*.

9. Orientasi pasar yang kuat pada kinerja usaha dapat menanamkan pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan dan preferensi konsumen, sehingga mendorong terciptanya inovasi produk yang relevan dan kompetitif.³⁶ Oleh karena itu, penelitian ini diperlukan untuk menguji hubungan antara orientasi pasar, inovasi produk, dan kinerja usaha kuliner halal Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri.
10. Orientasi kewirausahaan yang kuat dan didukung oleh inovasi produk yang tepat dapat meningkatkan kinerja usaha secara berkelanjutan. Jika inovasi produk tidak optimal, akan berisiko tertinggal dan kinerjanya kurang maksimal meskipun orientasi kewirausahaannya tinggi.³⁷ Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini diperlukan untuk menguji hubungan antara orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan kinerja usaha kuliner halal Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri.

³⁵ Mohammed Ali and Bait Ali, "Green Product Innovation as a Mediator Between Green Market Orientation and Sustainable Performance of SMEs," 2025.

³⁶ Siti Maisaroh, Syamsul Hilal, "Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Bisnis UMKM Di Provinsi Lampung Dengan Halal Supply Chain Sebagai Variabel Moderasi."

³⁷ Andri Alpijar and Alia Ariesanti, "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Umkm Bidang Kuliner," *Journal of Business Economics and Agribusiness*, Volume 1, Number 4, 2024, Page: 1-10 1, no. 4 (2024): 1–10.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah disampaikan, peneliti menetapkan permasalahan yang berhubungan dengan area penelitian. Berikut ini rumusan masalah yang digunakan:

1. Apakah terdapat pengaruh ekonomi hijau terhadap kinerja usaha di Sentra Kuliner Halal Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri?
2. Apakah terdapat pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha di Sentra Kuliner Halal Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri?
3. Apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha di Sentra Kuliner Halal Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri?
4. Apakah terdapat pengaruh ekonomi hijau terhadap inovasi produk pada usaha di Sentra Kuliner Halal Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri?
5. Apakah terdapat pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi produk pada usaha di Sentra Kuliner Halal Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri?
6. Apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi produk pada usaha di Sentra Kuliner Halal Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri?
7. Apakah terdapat pengaruh inovasi produk terhadap kinerja usaha di Sentra Kuliner Halal Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri?
8. Apakah terdapat pengaruh ekonomi hijau terhadap kinerja usaha di Sentra Kuliner Halal Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri dengan inovasi produk?

9. Apakah terdapat pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha di Sentra Kuliner Halal Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri dengan inovasi produk?
10. Apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha di Sentra Kuliner Halal Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri dengan inovasi produk?

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut, berikut ini yang menjadi tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk menganalisis ekonomi hijau berpengaruh terhadap kinerja usaha di Sentra Kuliner Halal Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri.
2. Untuk menganalisis orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja usaha di Sentra Kuliner Halal Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri.
3. Untuk menganalisis orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha di Sentra Kuliner Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri.
4. Untuk menganalisis ekonomi hijau berpengaruh terhadap inovasi produk.
5. Untuk menganalisis orientasi pasar berpengaruh terhadap inovasi produk
6. Untuk menganalisis orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap inovasi produk.
7. Untuk menganalisis inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja usaha Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri.

8. Untuk menganalisis ekonomi hijau berpengaruh terhadap kinerja usaha Soto Ayam Bok Ijo melalui inovasi produk.
9. Untuk menganalisis orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja usaha Soto Ayam Bok Ijo melalui inovasi produk.
10. Untuk menganalisis orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha Soto Ayam Bok Ijo melalui inovasi produk.

E. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti sendiri, orang lain, serta dapat digunakan sebagai referensi atau perbandingan untuk peneliti yang lainnya. Manfaat dari penelitian ini di antaranya:

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu ekonomi dalam memperluas pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kinerja usaha, khususnya dalam meningkatkan kinerja usaha kuliner pada Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri. Dengan meneliti pengaruh ekonomi hijau, orientasi pasar, dan Orientasi Kewirausahaan terhadap kinerja usaha pada Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri, serta peran inovasi produk sebagai variabel *intervening*.³⁸ Temuan penelitian ini dapat menjadi

³⁸ William, Matthew, and Oktaviani, "Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kota Bekasi Di Rawalumbu The Influence of Market Orientation and Product Inovation on the Marketing Perfomance of UMKM in Bekasi City in Rawalumbu."

referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji kinerja usaha dengan karakteristik usaha kuliner tradisional di tingkat daerah.

2. Secara Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi pelaku usaha khususnya di Kota Kediri, dalam meningkatkan kinerja usaha melalui penerapan sertifikasi halal dan prinsip Zona Kuliner Halal, Aman, dan Sehat (KHAS) guna memperkuat kepercayaan konsumen, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing usaha. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh pemerintah daerah sebagai dasar perumusan kebijakan dan program pemberdayaan UMKM, terutama dalam percepatan sertifikasi halal dan pengembangan kawasan kuliner halal yang berkelanjutan. Temuan ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha dalam pentingnya penerapan ekonomi hijau, sebagai penghematan energi, orientasi pasar memastikan kebutuhan konsumen halal, sedangkan orientasi kewirausahaan mendorong keberlangsungan usaha dan inovasi produk sebagai strategi peningkatan daya saing usaha kuliner halal pada Soto Ayam Bok Ijo di Kota Kediri.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup studi ini berkaitan dengan analisis pengaruh ekonomi hijau, orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha di Sentra Kuliner Halal Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri, serta peran inovasi produk sebagai variabel *intervening*. Temuan ini khusus ditujukan untuk pelaku usaha yang fokus pada usaha kuliner soto ayam bok ijo Kota Kediri yang memiliki sertifikat halal, mencakup berbagai aspek seperti penerapan prinsip ekonomi ramah lingkungan, sejauh mana pelaku usaha memahami isu-isu lingkungan, serta inovasi yang mendukung keberlanjutan dalam proses dan produk mereka. Penelitian ini juga dimanfaatkan untuk mengetahui variabel x dan y dimana X adalah variabel bebas terdiri dari X1 (ekonomi hijau), X2 (orientasi pasar), X3 (orientasi kewirausahaan) dan variabel Y variabel terikat yaitu kinerja usaha dan variabel Z variabel *intervening* yaitu inovasi produk.

2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan antara lain, yaitu:

- a. Penelitian ini terbatas karena hanya menguji variabel ekonomi hijau, orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha, sehingga belum mencakup faktor faktor lain yang mempengaruhi.

- b. Penelitian ini hanya dilakukan di Sentra Kuliner Halal Soto Ayam Bok Ijo Kota Kediri, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan untuk wilayah lain dengan karakteristik pelaku usaha yang berbeda.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Ekonomi hijau

Ekonomi hijau adalah suatu pendekatan dalam pembangunan ekonomi yang menekankan pada pemanfaatan sumber daya secara efisien serta penggunaan energi yang lebih ramah lingkungan. Tujuan utamanya adalah untuk menjaga kelestarian lingkungan agar dapat bertahan dalam jangka panjang.³⁹

b. Orientasi pasar

Orientasi pasar diartikan sebagai penekanan kepada pelanggan, penyesuaian dengan pesaing, pengaturan fungsi yang baik, serta fokus pada keuntungan. Bertujuan untuk menjaga keseimbangan antara tujuan organisasi, keahlian yang dimiliki, serta sumber daya dalam menghadapi perubahan peluang di pasar.⁴⁰

³⁹ Adhitya Bagus Singandaru Nuryanti, Muhamad Bai'ul Hak, "Halal Industrial Park: Inovasi Kawasan *Green economy* Dalam Pemberdayaan Industri Kecil Dan Menengah," *Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol. 6, No. 1, Maret 2024* 6, no. 1 (2025): 61–69.

⁴⁰ Annisa Handayani, Sri Murni Soenarno, and Zakiah Fithah A, "Hubungan Pengetahuan Lingkungan Hidup Terhadap Sikap Peduli Lingkungan Siswa SMPN 20 Depok," *Biological Science and Education Jurnal* 2, no. 1 (2022): 80–86.

c. Orientasi Kewirausahaan

Dapat dipahami sebagai sikap dan perilaku seseorang yang memiliki dorongan untuk memulai dan mengembangkan usaha secara kreatif dan inovatif. Sikap ini ditunjukkan melalui keberanian mengambil peluang, mencoba hal baru, serta menciptakan nilai tambah bagi masyarakat.⁴¹

d. Kinerja usaha

Kinerja usaha merupakan gambaran hasil atau pencapaian yang diperoleh suatu usaha dalam jangka waktu tertentu. Kinerja menjadi tolok ukur penting untuk mengetahui perkembangan perusahaan. Tujuan utama perusahaan adalah bertahan, memperoleh laba, dan berkembang.⁴²

e. Inovasi produk

Merupakan proses munculnya ide baru yang kemudian diterapkan dalam praktik nyata. Inovasi berkaitan dengan pengembangan konsep atau pembaruan yang membuat produk menjadi lebih unggul.⁴³

⁴¹ mohammad Fatih Nizam Et Al., “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm,” *Jurnal Ekonomi Manajemen Akutansi. Volume 5 Nomor 2 Desember 2020* 5 (2020): 100–109, <https://doi.org/https://share.google/BITR8OJ3tQYAXrkKV>.

⁴² Idea Sukma Bakti, “Pengaruh Pembinaan Dan Pelatihan SDM Dan Akses Pemasaran Terhadap Kinerja UMKM (Kerja Sama Kemitraan LotteMart Cabang Bintaro Dengan Pemerintahan Daerah Kota Tangerang Selatan),” 2020.

⁴³ Mulyadi, Dedi, “Pengaruh Green Innovation Dan Keberlangsungan Usaha Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Pabrik Tahu Dan Tempe.”

2. Definisi Operasional

a. Ekonomi hijau

Ekonomi hijau ini dimana mengarah pada bagaimana pelaku usaha tetap menjalankan usahanya dengan memperhatikan kondisi lingkungan sekitar, seperti menjaga kebersihan tempat usaha, mengurangi limbah, dan menggunakan bahan yang lebih aman agar usaha tetap berjalan dengan baik dan nyaman bagi konsumen.

b. Orientasi pasar

Orientasi pasar melihat bagaimana pelaku usaha memahami apa yang diinginkan konsumen, mengikuti perkembangan selera pasar, serta mampu menyesuaikan produk dan pelayanan agar pelanggan tetap tertarik membeli produk yang ditawarkan. Titik berat orientasi pasar terletak pada kemampuan pelaku usaha dalam memahami kebutuhan pelanggan dan menyesuaikan strategi usaha sesuai kondisi pasar.

c. Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan ini lebih menekankan pada sikap pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya, seperti memiliki ide baru, berani mengambil keputusan, mampu melihat peluang usaha, dan tetap aktif menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat.

d. Kinerja usaha

Menggambarkan hasil yang diperoleh pelaku usaha selama menjalankan usahanya, seperti meningkatnya penjualan,

keuntungan usaha, perkembangan usaha, dan kemampuan mempertahankan pelanggan di tengah persaingan usaha. Titik berat kinerja usaha terletak pada keberhasilan pelaku usaha dalam meningkatkan dan mempertahankan perkembangan usahanya.

e. Inovasi Produk

Inovasi produk bagaimana pelaku usaha melakukan perubahan dan pengembangan pada produk yang dijual, baik dari segi rasa, variasi menu, kualitas produk, maupun penyajian agar produk tetap menarik bagi konsumen.

H. Sistematika Penulisan

Peneliti menyusun sistematika penulisan penelitian ini dengan tujuan memahami alur dan isi penelitian dengan jelas dan terstruktur mengenai keseluruhan isi penelitian:

1. Bagian pertama terdiri dari sampul depan, halaman judul, lembar persetujuan, lembar pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman pengantar, halaman daftar isi, halaman tabel, halaman daftar gambar, dan halaman abstrak.
2. Bagian Isi dibagi menjadi beberapa bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I terdiri latar belakang penelitian yang menjelaskan pengaruh ekonomi hijau, orientasi pasar, dan orientasi

kewirausahaan terhadap kinerja usaha melalui inovasi produk. Selain itu, bab ini memuat rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, batasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab II terdiri landasan teori yang berkaitan dengan variabel penelitian, meliputi konsep ekonomi hijau, orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan kinerja usaha. Penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III terdiri dari pendekatan penelitian dengan jenis penelitian, lokasi penelitian, variabel dan pengukuran, Populasi, sampling dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab IV merupakan inti dari pembahasan yang memaparkan hasil penelitian yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis. Bab ini penting karena berisi hasil penelitian yang akan digunakan dasar pembahasan pada bab selanjutnya

BAB V**PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Bab V merupakan pembahasan penelitian yang akan dijelaskan mengenai pokok pembahasan hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan data yang telah dianalisis.

BAB VI**PENUTUP**

Bab VI merupakan penutupan yang berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang diberikan sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.

3. Bagian Akhir

Bagian ini memuat daftar pustaka, lampiran, serta riwayat hidup penulis.