

# **PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, TEKNOLOGI, DAN PASAR TERHADAP KINERJA BISNIS: PERAN MEDIASI BUDAYA ORGANISASI DAN KAPABILITAS MARKETING**

Irfan Apta Maulana  
134123513

Prof. Dr. Putu Anom Mahadwartha, S.E., M.M., CSA, CIB

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Teknologi, dan Pasar terhadap Kinerja Bisnis dengan mediasi Budaya Organisasi dan Kapabilitas Pemasaran. Studi ini berfokus pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) karena perannya yang strategis sebagai pilar utama perekonomian Indonesia. Menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan dari 261 responden yang terdiri dari pemilik usaha dan manajer strategis UMKM di wilayah Jawa Timur dengan menggunakan teknik purposive sampling sebagai pengambilan sampel. Analisis dilakukan dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan perangkat lunak AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis diterima: orientasi kewirausahaan, teknologi, dan pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Budaya organisasi dan kapabilitas pemasaran terbukti secara signifikan memediasi hubungan antara orientasi strategis terhadap peningkatan kinerja perusahaan. Penemuan ini menegaskan pentingnya sinergi antara mentalitas pengambilan risiko, adopsi teknologi, dan budaya yang berpusat pada pelanggan untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Kata kunci: Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Teknologi, Orientasi Pasar, Budaya Organisasi, Kapabilitas Pemasaran, Kinerja Bisnis, UMKM.

**THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION,  
TECHNOLOGY, AND MARKET TO BUSINESS PERFORMANCE:  
THE MEDIATING ROLE OF ORGANIZATIONAL CULTURE AND  
MARKETING CAPABILITIES**

Irfan Apta Maulana  
134123513

Prof. Dr. Putu Anom Mahadwartha, S.E., M.M., CSA, CIB

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of Entrepreneurship, Technology, and Market Orientation on Business Performance by mediating Organizational Culture and Marketing Capabilities. This study focuses on Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) because of their strategic role as the main pillar of the Indonesian economy. Using a quantitative approach, data was collected from 261 respondents consisting of business owners and strategic managers of MSMEs in the East Java region using purposive sampling techniques as sampling. The analysis was carried out using the Structural Equation Modeling (SEM) method using AMOS software. The results of the study show that all hypotheses are accepted: entrepreneurship, technology, and market orientation have a positive and significant effect on business performance. Organizational culture and marketing capabilities have been shown to significantly mediate the relationship between strategic orientation to improving company performance. These findings underscore the importance of synergies between risk-taking mentality, technology adoption, and customer-centric culture to achieve a sustainable competitive advantage.*

*Keywords: Entrepreneurial Orientation, Technology Orientation, Market Orientation, Organizational Culture, Marketing Capabilities, Business Performance, MSMEs.*