

## ABSTRAK

Ekonomi kreatif Indonesia mempunyai peran penting terhadap produk domestik bruto (PDB), hal tersebut di buktikan bahwa ekonomi mengalami peningkatan dengan berada di posisi tiga besar dunia setelah Amerika Serikat dengan industri Hollywood dan Korea Selatan dengan K-Pop. Usaha mikro, kecil dan menengah atau UMKM juga memegang peranan yang sangat penting dalam pergerakan dan pertumbuhan perekonomian Indonesia. Sebagai negara berkembang yang padat penduduknya, sektor UKM telah membantu pemerintah dalam penyerapan tenaga kerja. Salah satu bagian dari subsektor industri kreatif atau industri kreatif yang saat ini berkembang sangat pesat di Indonesia adalah industri fashion. Industri fashion yang semula tergolong industri kreatif, kini berkembang sangat pesat sebagai bagian dari gaya hidup yang trendi, hingga saat ini telah menjadi trend tersendiri bagi masyarakat Indonesia. Permintaan dan permintaan konsumen yang semakin meningkat mendorong para pebisnis Indonesia untuk terus berinovasi dalam tren fashion dan berusaha memahami kebutuhan pasar yang sangat dinamis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Orientasi pasar, orientasi pembelajaran, dan kelincahan inovasi produk sebagai variabel memediasi terhadap kinerja usaha UMKM di bidang fesyen yang berada di Kawasan Jalan Trunojoyo kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran kuesioner. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *probability sampling* dengan teknik sampel jenuh yang dimana sampel dalam penelitian ini adalah seluruh populasi yang diambil, yaitu seluruh pemilik UMKM *fashion* di Kawasan jalan Trunojoyo Bandung yang berjumlah 100 pemilik UMKM. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pengolahan data dilakukan menggunakan *SmartPLS*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel orientasi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha dan variabel kelincahan inovasi produk mampu memediasi antara orientasi pasar dan orientasi pembelajaran terhadap variabel kinerja usaha.

**Kata Kunci:** Inovasi Produk, Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran, Kinerja Usaha.