

ABSTRAK

Pasar global saat ini semakin meningkat pesat dan tingkat daya saing pun semakin kompetitif dalam berkontribusi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara, salah satunya Usaha, Kecil, Mikro dan menengah (UMKM). UMKM menjadi salah satu faktor utama pertumbuhan ekonomi negara, termasuk secara pasar global. Akan tetapi, rendahnya kesadaran akan pentingnya inovasi menjadi kendala bagi UMKM.

UMKM yang berinovasi, memiliki produktivitas dan tingkat pertumbuhan yang tinggi serta memiliki keuntungan yang lebih banyak daripada UMKM yang kurang memperhatikan inovasi. Internasionalisasi yang kondusif dapat bermanfaat dalam memperluas pasar dan memiliki efek pembelajaran terhadap inovasi. Meningkatkan pertumbuhan internasionalisasi dapat membuat usaha menumbuhkan tingkat orientasi pasar dan kewirausahaan. Dimana tingginya orientasi pasar dan kewirausahaan suatu usaha, dapat membuat usaha mereka menjadi lebih inovatif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi efek dari internasionalisasi terhadap kinerja inovasi melalui faktor mediasi orientasi pasar dan kewirausahaan dalam UMKM pasar berkembang. Penelitian ini dilakukan dengan 175 UMKM siap ekspor di Provinsi Jawa Barat dengan menggunakan metode Kuantitatif. Penelitian ini menggunakan analisis SEM-PLS yang diolah dengan bantuan *software* SmartPLS.

Berdasarkan penelitian ini, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa internasionalisasi dapat berpengaruh terhadap inovasi dengan melalui mediasi orientasi pasar dan kewirausahaan. UMKM disarankan untuk mengenal nilai unggul usaha mereka dengan menggunakan metode value proposition design. UMKM juga disarankan untuk mempertahankan strategi dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Kata Kunci: Internasionalisasi, Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, UMKM