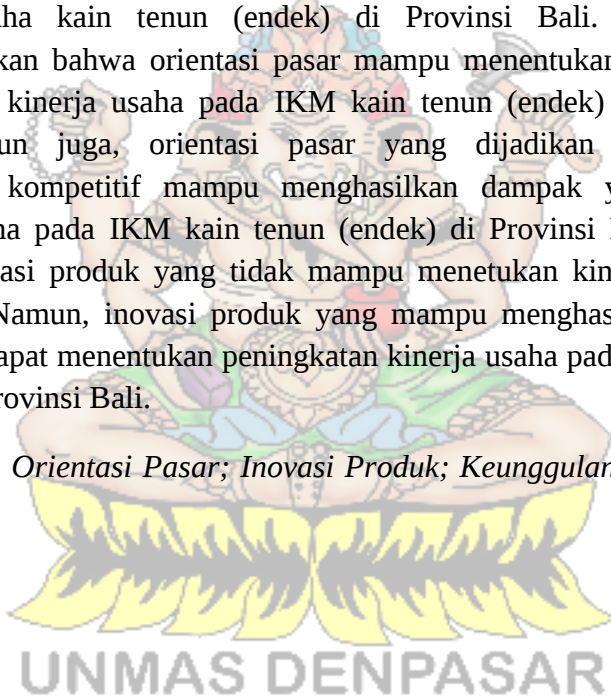


**PERAN ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK DALAM
MENENTUKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF DAN KINERJA USAHA
PADA INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH KAIN TENUN (ENDEK)
DI PROVINSI BALI**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran orientasi pasar dan inovasi produk dalam menentukan keunggulan kompetitif dan kinerja usaha pada industri kecil dan menengah kain tenun (endek) di Provinsi Bali. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif dengan program *Smart PLS*. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik usaha kain tenun (endek) di Provinsi Bali. Hasil penelitian mengemukakan bahwa orientasi pasar mampu menentukan secara langsung peningkatan kinerja usaha pada IKM kain tenun (endek) di Provinsi Bali. Bagaimanapun juga, orientasi pasar yang dijadikan sebagai sumber keunggulan kompetitif mampu menghasilkan dampak yang lebih besar capaian usaha pada IKM kain tenun (endek) di Provinsi Bali. Lain halnya dengan inovasi produk yang tidak mampu menentukan kinerja usaha secara langsung. Namun, inovasi produk yang mampu menghasilkan keunggulan kompetitif dapat menentukan peningkatan kinerja usaha pada IKM kain tenun (endek) di Provinsi Bali.

Kata kunci: *Orientasi Pasar; Inovasi Produk; Keunggulan Kompetitif; Kinerja Usaha.*



**ROLE OF MARKET ORIENTATION AND PRODUCT INNOVATION IN
DETERMINING COMPETITIVE ADVANTAGE AND BUSINESS
PERFORMANCE IN SMEs OF WOVEN FABRIC (ENDEK) IN BALI
PROVINCE**

Abstract

This study aims to determine market orientation and product innovation in determining competitive advantage and business performance in SMEs woven fabric industries (endek) in Bali Province. The research approach used is descriptive analysis with a quantitative approach with the Smart PLS program. The population in this study is the owner of a woven fabric business (endek) in the Province of Bali. The results showed that market orientation was able to directly determine the performance improvement of woven fabric SMEs (endek) in Bali. However, market orientation which is used as a source of competitive advantage is able to produce a greater impact on business achievement on woven fabric SMEs (endek) in Bali Province. It is different with product innovation which is not able to determine business performance directly. However, product innovation that is able to produce a competitive advantage can determine the performance improvement of woven fabric SMEs (endek) in Bali Province.

Keywords: Market Orientation; Product Innovation; Competitive Advantage; Business Performance.

