

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap individu mendambakan kehidupan sejahtera, dengan dipenuhi segala kebutuhan ekonominya berupa kebutuhan pangan, sandang dan papan. Kebutuhan masing-masing orang berbeda sesuai dengan aktivitas yang dijalani pada rutinitas kehidupan sehari-hari. Banyak cara yang bisa dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan tersebut yaitu dengan ikut berpartisipasi menjadi pelaku usaha pada unit Usaha Mikro Kecil, dan menengah (UMKM). Pada dasarnya UMKM merupakan unit usaha yang berperan untuk memajukan dan meningkatkan perekonomian masyarakat.¹

Program UMKM sangat cocok dalam menangani permasalahan bisnis masyarakat, sehingga sangat strategis dalam menumbuh-kembangkan perekonomian rakyat, dan diharapkan dengan adanya UMKM ini bisa membantu masyarakat dalam menjalankan usahanya untuk berkembang lebih baik. Untuk meningkatkan minat masyarakat ikut dalam program UMKM diperlukan kerjasama yang nyata antara

¹ Satriaji Vinatra. "Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat", *Jurnal Akuntan Publik*. Vol.1. No.3 (September 2023), p.1-8.

pihak pemerintah, baik pusat maupun daerah, sehingga kerjasama tersebut akan menjalankan program UMKM dengan baik. Dengan demikian kepercayaan unit usaha masyarakat terhadap UMKM akan meningkat.² Dalam upaya menanggulangi masalah pengangguran di masyarakat perlu adanya unit usaha yang dapat menampung tenaga kerja yang siap untuk dipekerjakan. Dengan adanya UMKM di masing-masing daerah, diharapkan bisa menyerap jumlah angkatan kerja diberbagai sektor usaha. Sehingga dapat mengurangi jumlah pengangguran di masyarakat. Di samping itu UMKM ikut membantu dan bekerja sama dengan pemerintah dalam rangka memberikan pembinaan dan penyuluhan kepada masyarakat. Perkembangan sektor usaha pada UMKM, semakin terbuka untuk memberikan kesempatan peluang kerja yang bisa digunakan oleh pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya. Menyediakan lapangan kerja untuk masyarakat berarti keberadaan UMKM banyak merekrut tenaga kerja sehingga perekonomian rakyat di daerah akan stabil serta membantu pemerintah dalam mengurangi angka kemiskinan. Masyarakat secara langsung dapat merasakan keberadaan UMKM tersebut membantu untuk menaikkan taraf ekonomi rakyat dengan menyediakan lapangan kerja,

² Lathifah Hanim dan MS.Norman. *UMKM & Bentuk- Bentuk Usaha*. (Semarang: Unissula Press, September, 2018), p.6.

sehingga mengurangi pengangguran di daerah. Dengan demikian UMKM bisa dirasakan langsung manfaatnya oleh masyarakat. Sehingga UMKM mempunyai peran yang signifikan untuk meningkatkan taraf hidup rakyat.³

Berdirinya UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) memberikan pembinaan kepada masyarakat dalam mengelola bisnisnya. UMKM adalah aktivitas yang dapat memperkerjakan masyarakat di berbagai sektor usaha, serta mendorong kestabilan ekonomi di daerah, dan berperan mewujudkan kestabilan nasional⁴. Disamping itu kesadaran masyarakat akan dunia bisnis semakin tinggi, sehingga bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dan mempunyai peranan yang sangat penting dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup manusia. Oleh karena itu keberadaan UMKM saat sekarang ini mendapat sambutan baik dari pemerintah maupun swasta dan lembaga-lembaga masyarakat. Hal ini disebabkan karena besarnya potensi UMKM sebagai penggerak ekonomi rakyat di daerah. sehingga dengan adanya UMKM rakyat merasa yakin akan perkembangan usaha yang

³ Atsna Himmatul Aliyah. "Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat", *Jurnal Ilmu ekonomi*, Vol.1 No.2. (Mei 2022), p. 65-72.

⁴ Nurvadevi, "Bisnis dalam Perspektif Islam". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.01, No.1 (Desember, 2015). p.23-49

mereka jalankan. Melalui produk yang dihasilkan oleh masyarakat yang akan dijual kepada pelanggan.

Dalam aktivitas bisnis, berpikir kreatif dan inovatif dalam era pemasaran pada masa sekarang ini memberikan nilai yang tinggi kepada konsumen, sehingga nilai produk dapat langsung diterima oleh konsumen.⁵ Pelanggan merupakan sasaran dari perusahaan untuk mencapai target penjualan. Oleh karena itu perusahaan harus bisa memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan di pasaran, perusahaan akan dituntut untuk dapat menyediakan produk yang terbaik bagi pelanggan. Kebutuhan pelanggan merupakan prioritas utama bagi perusahaan, karena keberhasilan perusahaan akan diukur pada kepuasan konsumen dalam berbelanja. Ketika perusahaan bisa menciptakan dan menyediakan produk yang baik dan berkualitas yang bisa memuaskan konsumen, sehingga konsumen merasakan manfaat dari produk tersebut, hal ini merupakan keberhasilan dari kinerja pemasaran. Oleh karena itu kemampuan dari sebuah perusahaan atau pelaku usaha dalam hal membuat dan menyediakan kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap produk yang mereka inginkan atau dibutuhkan oleh masyarakat disebut dengan istilah *market orientation*.

⁵ Ade Octavia dan Yayuk Sriayudha. *Strategi Orientaswi Pasar: Konsep dan Implementasinya bagi Usaha Kecil dan Menengah*. (Jambi: Salim, Maret, 2020), p.9.

Pada hakikatnya orientasi pasar adalah sebuah cara digunakan untuk bisa mengakomodasi kebutuhan konsumen. Pengaruh orientasi pasar dengan kinerja pemasaran terlihat dari organisasi atau perusahaan yang membutuhkan konsumen untuk dapat mempergunakan dan menikmati keinginan konsumen terhadap produk yang mereka butuhkan. Oleh karena itu orientasi pasar mempunyai pengaruh pada inovasi produk. Orientasi pasar mempunyai pengaruh pada penerapan inovasi suatu perusahaan kemudian orientasi pasar juga mempunyai pengaruh terhadap kinerja pemasaran. Inovasi memainkan peran penting untuk keuntungan jangka panjang dan pertumbuhan perusahaan atau organisasi.

Inovasi sudah menjadi sebuah keharusan dan kebutuhan bagi para pelaku wirausaha dikarenakan semakin majunya zaman, maka semakin banyak variasi produk dan jasa yang bermunculan sehingga pengusaha harus memutar otak agar dapat terus bersaing. UMKM adalah salah satu penggerak ekonomi terbesar di negara berkembang seperti Indonesia. Produktivitas dan inovasi telah menjadi dasar bagi pertumbuhan ekonomi dan dapat menjadi sumber keuntungan kompetitif berkelanjutan bagi negara. Inovasi diakui secara luas sebagai faktor kunci dalam daya saing perusahaan dan negara. Oleh karena itu

penting untuk UMKM mengadopsi inovasi pada pola pikir organisasi atau perusahaannya.

. Dengan demikian, UMKM harus kreatif dan inovatif untuk menangani semua keadaan yang ditemui selama pengembangan. Inovasi produk dalam sebuah usaha merupakan kemampuan pelaku usaha dalam melihat pemikiran yang baru dan seringkali *out of the box*.⁶ Oleh sebab itu perusahaan mempunyai ide baru dalam rangka peningkatan produk atau layanan. Inovasi juga dianggap menyatukan ide atau perilaku baru oleh organisasi, layanan atau teknologi baru.⁷ Contoh-contoh dari hasil inovasi yakni; implementasi ide yang terkait dengan produk/layanan baru atau modifikasi yang sudah ada, inisiatif restrukturisasi atau penghematan biaya, komunikasi yang lebih baik, rencana staf, teknologi baru, perilaku karyawan yang unik atau respons organisasi terhadap peluang, dan situasi yang tidak terduga. Inovasi juga berhubungan dengan kinerja pemasaran, menciptakan inovasi pada sebuah produk memerlukan pengamatan yang sesuai dengan keinginan dari pelanggan sehingga menjadikan kinerja pemasaran lebih

⁶ Iwan kurniawan Subagja “Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing Celana Merek Jeans di Jakarta. Program Studi Manajemen FE UNKRIS Jakarta”, *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol.9. No.1. (2021) p.1-12.

⁷ Abdul Halim, *Teori Ekonomi Makro. Edisi ke 3*. (Jakarta: Minta Kencana.2018), p.37.

kompetitif dalam memasarkan produknya kepada konsumen. Inovasi juga didukung dengan hubungannya terhadap orientasi pasar dan dapat diterapkan dalam *mindset* perusahaan atau organisasi. Terdapatnya pengaruh inovasi produk terhadap orientasi pasar dikarenakan oleh sebuah konsep di mana konsumen adalah target dari semua keputusan yang diambil sebuah perusahaan atau organisasi.⁸ Dengan pemahaman tersebut, maka orientasi pasar yang dinamis menyebabkan perusahaan atau organisasi harus selalu memperbaharui keputusan yang diambil agar dapat mengikuti permintaan konsumen. Cara untuk memperbaharui langkah ini adalah dengan mewujudkan Inovasi berupa paham dalam *decision making* sebuah perusahaan atau organisasi.

UMKM merupakan bagian yang terpenting dan tidak bisa dilepaskan pada aktivitas bisnis masyarakat di Kelurahan Pasir Gintung Kabupaten Tangerang. Kelurahan Pasir Gintung Kabupaten Tangerang yang memiliki banyak industri dari skala besar sampai skala kecil sangatlah berpotensi untuk merekrut tenaga kerja lebih banyak. Disamping itu juga berupaya membantu pemerintah dalam

⁸ Putu Ratih Argita Dewi dan I Gusti Ayu Ketut Gintari, "Peran Inovasi Produk Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing", *Jurnal Studi Ekonomi*, Vol 26, No. 1, (Februari 2021), p.34-44.

menstabilkan perekonomian masyarakat dalam rangka mengatasi kemiskinan. Pelaku usaha berupaya untuk melakukan aktivitas bisnis dalam berbagai sektor, sehingga kehidupan masyarakat lebih makmur. Di samping itu setiap usaha yang dilakukan pasti ada pesaingnya. Sehingga perusahaan berupaya menciptakan produk yang baik dan berkualitas.

Dalam aktivitas bisnis persaingan usaha itu wajar terjadi, Semua orang berlomba menawarkan produk mereka masing-masing supaya laris di pasaran oleh pembeli. Mereka berusaha menciptakan atau membuat barang atau jasa yang lebih baik dan menarik bagi konsumen. Konsumen atau pembeli berhak memilih sesuai dengan kebutuhan mereka masing-masing. Pada akhirnya terjadilah persaingan usaha pada masing-masing pebisnis. Berbagai macam cara tentu akan dilakukan oleh pengusaha untuk melariskan usahanya. Kesalahan dalam melakukan strategi bisnis akan menyebabkan kerugian yang berkepanjangan, sehingga aktivitas bisnis yang dilakukan pengusaha tidak bisa dilanjutkan. Ajaran agama Islam sudah menjelaskan tentang tata cara dalam melakukan bisnis jual beli. Kemudian mana yang haram dan mana yang halal dilakukan dalam berbisnis. Kalau manusia menyadari bahwa adanya aturan dalam berbisnis sebagaimana yang

dicontohkan oleh Rasulullah tentu mereka tidak akan tersesat untuk mendapatkan keuntungan yang halal. Agama Islam juga menginginkan aktivitas bisnis tersebut dilakukan dengan sopan dan menghargai satu sama lainnya, karena rezeki sudah diatur sama Allah SWT.

Pada kenyataannya di lapangan atau di pasaran sering ditemui pelaku usaha melakukan tindakan amoral dengan melakukan kecurangan tanpa takut dosa. Semua yang dilakukan tersebut untuk mendapatkan untung yang besar dan menyingkirkan pesaingnya. Hal yang tidak wajar ini harusnya tidak perlu dilakukan oleh pelaku usaha, karena tindakan dikerjakan tidak mengikuti aturan dalam ajaran agama Islam. Oleh sebab itu hendaknya melakukan aktivitas bisnis dengan baik tanpa menjatuhkan pengusaha lain. Walaupun di pasaran bebas melakukan apa saja yang diinginkan, namun setiap tindakan aktivitas bisnis yang dilakukan ada pertanggung-jawabannya kepada Allah SWT.

Allah SWT menganjurkan umatnya untuk melakukan aktivitas yang sanggup dikerjakan dalam rangka untuk menyambung hidup dan menghidupi keluarga masing-masing. Akan tetapi manusia melakukan aktivitas bisnis mempunyai tata krama yang sudah dicontohkan oleh Rasulullah dalam berniaga, semua itu sudah jelaskan dalam petunjuk

umat yaitu perspektif bisnis syari'ah. Manusia menjalani aktivitas bisnis tidak semena-mena sehingga akan membuat mereka tersesat dan meninggalkan ajaran agama Islam.

Menurut ajaran agama Islam seorang pelaku usaha tidak diperbolehkan menjalankan bisnis sesuka hatinya untuk mencapai atau mengejar keinginannya, apalagi dengan menghalalkan berbagai cara dan melakukan kecurangan dalam berbisnis, Diantara kecurangan itu adalah riba, melakukan sumpah palsu, mengurangi timbangan. Akan tetapi ajaran agama Islam telah memberikan petunjuk dan tutunan dalam melakukan bisnis.. Begitu juga ada batas pemisah antara yang baik untuk dikerjakan dan dilarang untuk dilakukan.. Garis pemisah antara buruk baik menurut ajaran agama Islam ini disebut dengan perspektif bisnis syari'ah, Perspektif bisnis berbasis syari'ah merupakan etika dan norma dalam melakukan aktivitas bisnis yang sesuai dengan ajaran agama Islam. Sebaiknya pelaku bisnis menjalankan dan mengikuti norma-norma yang sudah diajarkan dalam agama Islam, supaya dalam dunia perekonomian bisnis berbasis syari'ah bisa mendatangkan maslahat atau kebaikan dan bukan maslihat atau keburukan. Oleh karena itu dunia perekonomian dan pelaku bisnis bisa menjalankan aktivitasnya dengan baik dan benar serta mendapatkan untung yang halal dalam menghidupi keluarga.

Agama Islam menyuruh umat manusia bekerja untuk memenuhi kebutuhan keluarganya⁹. Ajaran agama Islam juga membahas aktivitas manusia dalam memperoleh dan menggunakan harta kekayaan. Pengusaha diharuskan untuk mengikuti ajaran agama Islam tersebut dalam semua aktivitas bisnisnya. Ajaran agama Islam sudah menjelaskan batas antara yang halal dengan yang haram.

Aktivitas dalam bisnis yang berlandaskan kepada ajaran Agama Islam menuntut umat manusia kepada kebaikan dunia dan akhirat yang akan memperoleh keuntungan secara halal yang memenuhi standar etika berperilaku bisnis yang amanah. Aktivitas yang pernah dicontohkan di zaman Rasulullah yang didasari dengan kejujuran dan akhlak mulia. Allah SWT juga menganjurkan umatnya untuk berusaha mencari nafkah di dunia ini, Dalam Alqur'an sudah dijelaskan pada surat Al-Mulk ayat 15 sebagai berikut ini:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

*Maknanya: Bahwa Allah SWT menciptakan bumi dengan segala isinya dan berjalanlah kamu ke segala penjuru dan makanlah Sebagian dari rezeki yang diberikan Allah, SWT. dan hanya kepada Nya-lah kamu kembali setelah dibangkitkan*¹⁰

⁹ Masruchin, "Etika Individu dan Organisasi dalam Bisnis. Istithmar", *Jurnal Studi Ekonomi Syari'ah*, Vol. 2 No. 1 (2018), p.73-98.

¹⁰ Kementerian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. (Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penerjemah dan Penafsir AlQur'an, 2012), p. 563.

Berdasarkan penjelasan dari ayat suci Alqur'an di atas bahwa Allah SWT sudah menciptakan umat-Nya yang dilengkapi dengan akal dan pikiran dan menjadikan umat manusia sebagai khalifah di muka bumi ini. Kemudian Allah SWT, menganjurkan kepada mereka untuk berusaha mendapatkan rezeki, Setiap muslim dalam usahanya harus mengingat Allah SWT dengan beribadah kepada-Nya. Kemudian menggunakan harta yang didapat dengan baik dan halal. Untuk menghidupi diri sendiri dan menafkahi keluarga, manusia jangan malas untuk beraktivitas.

Berbagai Upaya Masyarakat di Kelurahan Pasir Gantung Kabupaten Tangerang untuk meningkatkan bisnisnya melalui UMKM, sehingga dengan berdirinya UMKM dirasakan sekali secara langsung bagi masyarakat di sekitarnya. Namun pada UMKM itu sendiri harus melakukan orientasi pasar dan berani dalam berinovasi produk supaya bersaing untuk mendapatkan konsumen. Berdasarkan uraian di atas penulis akan melakukan penelitian mengenai: *Pengaruh orientasi pasar, inovasi produk dan halal supply chain terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Muslim di Kelurahan Pasir Gantung Kabupaten Tangerang Banten.*

B. Pembatasan Masalah

Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini, tentu akan ditemukan solusinya berdasarkan riset dan analisis yang akan dilakukan. Tujuannya adalah untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal dan jelas serta menemukan sasaran yang diinginkan, Untuk itu perlu dilakukan pembatasan masalah yang akan diteliti. Peneliti membatasi penelitian ini yaitu pada kinerja pemasaran pada UMKM muslim yang ada di Kelurahan Pasir Gintung Kabupaten Tangerang Banten. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan persepsi pelaku UMKM tentang orientasi pasar, inovasi produk dan *halal supply chain* pengaruhnya terhadap kinerja pemasaran UMKM.

C. Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka untuk rumusan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada UMKN muslim di Kelurahan Pasir Gintung Kabupaten Tangerang Banten?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh kepada kinerja pemasaran pada UMKM muslim di Kelurahan Pasir Gintung Kabupaten Tangerang Banten?

3. Apakah *halal supply chain* berpengaruh kepada kinerja pemasaran pada UMKM muslim di Kelurahan Pasir Gintung Kabupaten Tangerang Banten?
4. Apakah orientasi pasar, inovasi produk dan *halal supply chain* berpengaruh kepada kinerja pemasaran pada UMKM muslim di Kelurahan Pasir Gintung Kabupaten Tangerang Banten ?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran pada UMKN muslim di Kelurahan Pasir Gintung Kabupaten Tangerang Banten.
2. Pengaruh inovasi produk terhadap kinerja pemasaran pada UMKM muslim di Kelurahan Pasir Gintung Kabupaten Tangerang Banten.
3. Pengaruh *halal supply chain* terhadap kinerja pemasaran pada UMKM muslim di Kelurahan Pasir Gintung Kabupaten Tangerang Banten.
4. Pengaruh orientasi pasar, inovasi produk dan *halal supply chain* terhadap kinerja pemasaran pada UMKM muslim di Kelurahan Pasir Gintung Kabupaten Tangerang Banten.

E. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Empiris

Hasil dari penelitian ini secara teoritis tentunya diharapkan bisa memberikan sumbangan pemikiran untuk memperkaya wawasan dan perkembangan UMKM terutama tentang orientasi pasar dan inovasi produk serta *halal supply chain* terhadap kinerja pemasaran pada UMKM. Mengingat keberadaan UMKM sangat membantu masyarakat dalam mengembangkan produknya di pasaran.

2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi masyarakat tentang manfaat keberadaan UMKM. Sehingga masyarakat bisa mengikuti program-program yang dilakukan oleh UMKM. Dengan adanya UMKM di daerah mereka masing-masing, dapat membantu pelaku usaha dalam menjalankan dan mengembangkan usaha mereka menjadi lebih.
- b. Dapat dijadikan pedoman bagi perusahaan dan pelaku usaha dalam menjalankan usaha mereka mengenai pentingnya Orientasi Pasar, Inovasi Produk dan *halal supply chain* pengaruhnya terhadap kinerja pemasaran pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

F. Penelitian yang Relevan

Tabel 1,1 Penelitian relevan

NO	PENULIS	JUDUL	METODE	HASIL PENELITIAN
1	TESIS, Siti Maisaroh, Pascasarjana UIN Lampung, 2022.	<i>Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Bisnis di UMKM Lampung</i>	Penelitian Kuantitatif	Hasil Penelitian ini adalah bahwa Orientasi pasar dan Inovasi Produk berpengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di Provinsi Lampung
2	TESIS, Sensi Tribuana Dewi, 2006, Universitas Diponegoro, Semarang	<i>Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran.</i>	Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa orientasi pasar sangat dominan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing.
3	JURNAL, Amelia Rahman Nasution.2023. vol.8 No.1 Fak Ekonomi Bisnsi. UIN Sumatera Utara.	<i>Pengaruh Islamic Market Orientasi dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Muslim di Panyabungan.</i>	Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Islamic Market Orientasi dan Inovasi Produk berpengaruh kepada Kinerja Pemasaran UMKM Muslim di Panyabungan
4	JURNAL Anak Agung Ayu Mirah Dewi dkk, 2019, vol.11 no.2. Pendidikan Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha.	<i>Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Usaha kerajinan Perak di Desa Celuk Kabupaten Gianyar</i>	Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing
5	JURNAL, Subagja, Dosen	<i>Pengaruh Inovasi Produk dan</i>	Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa,

Program Studi Manajemen FE UNKRIS Jakarta, 2021, vol.9. No.1	<i>Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing Celana Merek Jeans di Jakarta</i>	adanya pengaruh Inovasi produk dan Orientasi Pasar terhadap keunggulan celana merek Jeans
---	---	---

Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Terdapat perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu menyangkut permasalahan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan kinerja pemasaran pada UMKM melalui faktor orientasi pasar, inovasi produk dan *halal supply chain*. Oleh sebab itu yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah pengusaha-pengusaha muslim yang aktif pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).