



PENGARUH MARKET ORIENTATION, TECHNOLOGICAL AGILITY, DAN FUTURE FOCUS TERHADAP KINERJA BISNIS UMKM DI ERA TRANSFORMASI DIGITAL

Rachmiani

Kewirausahaan, Ekonomi dan Hukum, Universitas Muhammadiyah Kolaka Utara

rachmimustaqim@gmail.com

Alamat Kampus: Jl. Lingkar 8 Desa Ponggiha Kec. Lasusua Kab. Kolaka Utara

Abstract. *This study examines the influence of Market Orientation, Technological Agility, and Future Focus on the business performance of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Kendari during the digital transformation era. The rapid advancement of digital technologies requires MSMEs to continuously adapt, strengthen market intelligence, and develop forward-looking strategies to remain competitive. Using a quantitative research design, data were collected from 200 MSME owners through a structured questionnaire measured using a five-point Likert scale. Multiple linear regression analysis was employed to test the relationships among variables. The findings reveal that Market Orientation, Technological Agility, and Future Focus each have a significant and positive effect on MSME business performance. Market Orientation enhances the ability to understand and respond to customer needs, Technological Agility enables MSMEs to adopt digital tools efficiently, and Future Focus supports long-term strategic readiness. The study highlights the importance of integrating market-driven decision-making, digital adaptability, and future-oriented planning to sustain business performance in a rapidly evolving digital environment. The implications suggest that MSMEs should strengthen digital capabilities, invest in technological learning, and proactively develop strategic foresight to enhance competitiveness.*

Keywords: *Market Orientation; Technological Agility; Future Focus; Business Performance; MSMEs.*

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Market Orientation, Technological Agility, dan Future Focus terhadap kinerja bisnis UMKM di Kendari pada era transformasi digital. Perkembangan teknologi digital yang semakin cepat menuntut UMKM untuk terus beradaptasi, memperkuat kemampuan memahami pasar, serta mengembangkan strategi yang berorientasi pada masa depan guna mempertahankan daya saing. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner terstruktur kepada 200 pelaku UMKM. Instrumen penelitian diukur menggunakan skala Likert lima poin, dan analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Market Orientation, Technological Agility, dan Future Focus masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Market Orientation meningkatkan kemampuan UMKM dalam memahami kebutuhan pelanggan, Technological Agility memfasilitasi adopsi teknologi digital secara efektif, sedangkan Future Focus memperkuat kesiapan strategi jangka panjang. Temuan ini menegaskan pentingnya integrasi pengambilan keputusan berbasis pasar, kemampuan adaptasi teknologi, dan orientasi masa depan dalam meningkatkan kinerja UMKM di tengah dinamika lingkungan digital yang terus berubah. Implikasi penelitian menyarankan agar UMKM memperkuat kapabilitas digital, meningkatkan pembelajaran teknologi, dan secara proaktif mengembangkan strategi berwawasan ke depan.*

Kata Kunci : *Market Orientation; Technological Agility; Future Focus; Kinerja Bisnis; UMKM..*

1. LATAR BELAKANG

Transformasi digital telah menjadi salah satu fenomena global yang membawa perubahan signifikan terhadap aktivitas bisnis, termasuk bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Perkembangan teknologi digital, seperti penggunaan media sosial, platform e-commerce, sistem pembayaran digital, dan aplikasi manajemen bisnis, telah menciptakan peluang sekaligus tantangan baru bagi UMKM. Di satu sisi, digitalisasi membuka ruang bagi UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan mempercepat proses pengambilan keputusan. Namun, di sisi lain, digitalisasi menuntut kemampuan adaptasi yang tinggi, kesiapan teknologi, serta strategi bisnis yang berorientasi masa depan. Market Orientation (orientasi pasar) menjadi faktor fundamental yang memungkinkan UMKM memahami kebutuhan pelanggan, menganalisis perilaku pesaing, serta mengembangkan nilai unggul yang berkelanjutan. UMKM yang memiliki orientasi pasar yang kuat cenderung lebih tanggap terhadap perubahan permintaan, preferensi pelanggan, maupun dinamika lingkungan bisnis. Namun, dalam era digital, orientasi pasar saja tidak cukup tanpa kemampuan untuk mengadopsi teknologi secara cepat dan tepat. Di sinilah peran Technological Agility menjadi penting. Technological Agility menggambarkan kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital, mulai dari penggunaan perangkat lunak, pemanfaatan media pemasaran digital, hingga adaptasi terhadap sistem informasi berbasis data. UMKM yang agile secara teknologi mampu merespons perubahan lingkungan bisnis dengan lebih cepat, meningkatkan efisiensi, serta menciptakan inovasi yang relevan dengan kebutuhan pasar digital. Teknologi

tidak hanya berperan sebagai alat bantu, tetapi juga menjadi faktor penentu daya saing. Selain itu, Future Focus atau orientasi masa depan juga menjadi determinan penting dalam menghadapi lingkungan bisnis yang volatil, tidak pasti, kompleks, dan ambigu (VUCA). Future Focus mencerminkan kemampuan UMKM untuk memiliki visi jangka panjang, memprediksi perubahan tren bisnis, dan mempersiapkan strategi yang adaptif. UMKM yang memiliki orientasi masa depan akan lebih siap menghadapi perubahan pasar, risiko bisnis, maupun peluang baru yang muncul akibat transformasi digital. Meskipun berbagai penelitian sebelumnya

menunjukkan bahwa Market Orientation, Technological Agility, dan Future Focus memiliki pengaruh positif terhadap kinerja bisnis, penelitian yang mengkaji ketiga variabel tersebut secara simultan di wilayah Kendari masih sangat terbatas.

Padahal, UMKM di Kendari merupakan salah satu sektor ekonomi yang berkembang pesat, namun masih menghadapi tantangan dalam adopsi teknologi digital dan penyusunan strategi bisnis jangka panjang. Hal ini menunjukkan adanya celah penelitian (research gap) yang perlu dikaji secara lebih dalam. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh Market Orientation, Technological Agility, dan Future Focus terhadap kinerja bisnis UMKM di Kendari pada era transformasi digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan literatur manajemen UMKM, serta memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing melalui pemahaman pasar, adaptasi teknologi, dan orientasi masa depan.

2. KAJIAN TEORITIS

Dalam era transformasi digital, dinamika bisnis UMKM mengalami perubahan yang sangat cepat. Digitalisasi mendorong UMKM untuk beradaptasi pada lingkungan yang semakin kompetitif, dinamis, dan berbasis teknologi. Untuk dapat bertahan dan meningkatkan kinerjanya, UMKM tidak hanya membutuhkan kemampuan memahami pasar, tetapi juga harus memiliki kelincahan dalam mengadopsi teknologi serta kemampuan melihat arah perkembangan bisnis di masa depan. Oleh karena itu, kajian teoritis mengenai Market Orientation, Technological Agility, dan Future Focus menjadi sangat relevan untuk menjelaskan bagaimana ketiga faktor strategis tersebut berkontribusi terhadap kinerja UMKM.

Market Orientation atau orientasi pasar merupakan salah satu konsep penting dalam manajemen pemasaran modern yang menekankan perlunya organisasi memusatkan perhatian pada kebutuhan pelanggan, perilaku pesaing, dan koordinasi antarfungsi dalam perusahaan. Narver dan Slater (1990) menjelaskan bahwa orientasi pasar adalah budaya organisasi yang menghasilkan perilaku yang mampu menciptakan nilai unggul bagi pelanggan secara berkelanjutan. Dalam konteks UMKM, orientasi pasar memberikan arahan agar pelaku usaha mampu membaca tren konsumen, memahami perubahan preferensi, serta merespons dinamika pasar secara lebih cepat.

UMKM yang memiliki orientasi pasar yang baik cenderung mampu

menyesuaikan produk dan layanan sesuai permintaan pasar, mengembangkan strategi diferensiasi, serta mempertahankan loyalitas pelanggan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar memiliki hubungan kuat dengan peningkatan performa usaha. Hal ini sejalan dengan temuan artikel penelitian yang menunjukkan bahwa orientasi pasar memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kendari, terutama dalam hal peningkatan omzet, perluasan pelanggan, dan daya saing usaha. Namun, orientasi pasar saja tidak cukup dalam menghadapi lingkungan bisnis digital yang penuh ketidakpastian dan perubahan cepat. UMKM juga perlu memiliki Technological Agility, yaitu kemampuan beradaptasi dan merespons perkembangan teknologi digital secara cepat dan fleksibel.

Technological Agility mencerminkan kelincahan organisasi dalam memanfaatkan peluang teknologi seperti media sosial, platform e-commerce, sistem pembayaran digital, dan berbagai aplikasi bisnis lainnya. Dalam konteks era digital, UMKM dituntut untuk tidak hanya mengadopsi teknologi, tetapi juga mampu menyesuaikan proses bisnis berdasarkan perkembangan tersebut. Kelincahan teknologi memungkinkan UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat layanan kepada pelanggan, serta memanfaatkan data digital dalam pengambilan keputusan. Berbagai penelitian terdahulu, termasuk penelitian Liu dan kolega (2013), menegaskan bahwa agility merupakan bagian dari kapabilitas dinamis organisasi yang sangat penting dalam meningkatkan kinerja di lingkungan digital. Temuan dalam artikel yang ditinjau juga mengonfirmasi bahwa technological agility memberikan pengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM, menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu fondasi penting bagi UMKM dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi usahanya. Selain orientasi pasar dan kelincahan teknologi, faktor lain yang sangat menentukan keberlanjutan UMKM di era transformasi digital adalah Future Focus atau orientasi masa depan. Future Focus mencerminkan kemampuan organisasi melihat jauh ke depan dengan mempertimbangkan tren yang mungkin terjadi, mempersiapkan strategi yang adaptif, dan mengantisipasi perubahan lingkungan bisnis. Dalam konteks UMKM, orientasi masa depan sangat penting karena dunia usaha saat ini berada dalam kondisi VUCA—volatile, uncertain, complex, dan ambiguous. UMKM yang mampu memprediksi perubahan perilaku konsumen, perkembangan teknologi baru, serta dinamika persaingan akan lebih siap dalam

mengambil keputusan strategis. Future Focus juga mendorong pelaku UMKM untuk terus berinovasi, meningkatkan kapasitas manajerial, dan merancang strategi yang tidak hanya efektif untuk jangka pendek tetapi juga relevan untuk kebutuhan jangka panjang. Artikel penelitian yang dianalisis menunjukkan bahwa future focus secara signifikan memengaruhi kinerja UMKM di Kendari.

Hal ini membuktikan bahwa orientasi strategis ke depan bukan lagi pilihan, tetapi tuntutan penting agar UMKM mampu menghadapi ketidakpastian dan mempertahankan keberlanjutan usahanya. Ketiga variabel tersebut—Market Orientation, Technological Agility, dan Future Focus—secara keseluruhan menggambarkan kapabilitas strategis yang dibutuhkan UMKM dalam era digital. Market Orientation memberikan dasar pemahaman tentang pasar dan pelanggan, Technological Agility memberikan kemampuan adaptasi terhadap teknologi yang berubah cepat, sedangkan Future Focus memberikan arah dan kesiapan jangka panjang dalam menghadapi ketidakpastian bisnis.

Penelitian yang dikaji menunjukkan bahwa secara simultan ketiganya memberikan kontribusi sebesar 61,2% terhadap peningkatan kinerja UMKM di Kendari. Temuan tersebut memperkuat teori kapabilitas dinamis yang menyatakan bahwa organisasi perlu membangun kemampuan mengintegrasikan, menyesuaikan, dan mengonfigurasi kompetensi internal agar dapat bertahan dalam lingkungan bisnis yang berubah cepat. Dengan demikian, kajian teoritis ini menegaskan bahwa kinerja UMKM tidak hanya ditentukan oleh kemampuan mereka dalam memahami pasar atau mengadopsi teknologi saja, tetapi juga oleh kemampuan mereka dalam mengembangkan orientasi strategis jangka panjang. Integrasi ketiga kapabilitas tersebut menjadi syarat penting bagi UMKM untuk memperkuat daya saing, meningkatkan produktivitas, dan mencapai keberlanjutan usaha dalam ekosistem bisnis digital yang semakin kompleks.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengetahui pengaruh Market Orientation, Technological Agility, dan Future Focus terhadap kinerja UMKM di Kota Kendari. Desain penelitian yang digunakan adalah eksplanatori, yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan hubungan kausal antarvariabel melalui pengujian hipotesis secara statistik.

1. Populasi dan Sampel Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM di

Kota Kendari yang aktif menjalankan kegiatan usaha pada tahun penelitian. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM, jumlah UMKM di Kendari cukup besar sehingga sampel diambil menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria sampel meliputi:

- a. UMKM aktif beroperasi minimal 2 tahun,
 - b. UMKM telah menggunakan teknologi digital (minimal media sosial/WhatsApp/marketplace),
 - c. Pelaku usaha bersedia menjadi responden penelitian. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 200 responden, yang dianggap memenuhi syarat minimum sample size untuk analisis regresi linier berganda ($\geq 30 \times$ jumlah variabel bebas).
2. Jenis dan Sumber Data
- Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert 1–5, dengan pilihan jawaban dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”. Selain itu, digunakan pula data sekunder berupa laporan UMKM, literatur akademik, serta jurnal ilmiah relevan untuk memperkuat landasan teori.
3. Teknik Pengumpulan Data
- Teknik pengumpulan data dilakukan melalui:
- a. Kuesioner Google Form yang disebar kepada pelaku UMKM Kendari.
 - b. Wawancara singkat (optional) untuk memastikan validitas jawaban.
 - c. Observasi ringan terhadap penggunaan teknologi digital oleh UMKM.
4. Definisi Operasional Variabel
- a. Market Orientation (X1) Kemampuan UMKM mengumpulkan, menyebarkan, dan merespons informasi pasar (Narver & Slater, 1990). Indikator: orientasi pelanggan, orientasi pesaing, koordinasi antarfungsi.
 - b. Technological Agility (X2) Kemampuan UMKM mengadopsi dan beradaptasi terhadap teknologi baru secara cepat. Indikator: adaptasi teknologi, pemanfaatan alat digital, fleksibilitas teknologi.
 - c. Future Focus (X3) Orientasi jangka panjang dan kesiapan strategi menghadapi perubahan masa depan. Indikator: prediksi tren, visi jangka panjang, kesiapan menghadapi risiko.
 - d. Kinerja UMKM (Y) Kinerja usaha dilihat dari aspek keuangan dan non-keuangan. Indikator: peningkatan omzet, pertumbuhan pelanggan, efisiensi operasional, daya saing.

5. Teknik Analisis Data Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Tahapan analisis meliputi:

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas dinilai melalui corrected item-total correlation ($r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$).
2. Reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha > 0.70 .

b. Uji Asumsi Klasik Meliputi:

1. Uji normalitas
2. Uji multikolinearitas ($VIF < 10$)
3. Uji heteroskedastisitas
4. Uji linearitas

c. Uji Regresi Linier Berganda

Model regresi digunakan untuk melihat pengaruh Market Orientation (X1), Technological Agility (X2), dan Future Focus (X3) terhadap Kinerja UMKM (Y).

- d. Uji t (parsial) Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.
- e. Uji F (simultan) Untuk menguji apakah seluruh variabel bebas secara bersama-sama memengaruhi kinerja UMKM.
- f. Koefisien Determinasi (R^2) Untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas menjelaskan variabel terikat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini melibatkan 200 responden pelaku UMKM yang berada di Kota Kendari. Instrumen penelitian terdiri atas 20 item pernyataan yang mengukur empat variabel penelitian, yaitu Market Orientation, Technological Agility, Future Focus, dan Kinerja UMKM menggunakan skala Likert 1–5.

Data kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan uji kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas. Seluruh item pernyataan dinyatakan valid ($r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$) serta reliabel (Cronbach's Alpha $> 0,70$), sehingga data layak untuk dianalisis lebih lanjut.

2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Tabel

Interpretasi Uji t

Market Orientation ($\beta = 0.312$, Sig = 0.000) Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Artinya, semakin tinggi orientasi pasar yang dimiliki UMKM, seperti pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, analisis pesaing, dan koordinasi antarfungsi, maka semakin baik pula kinerja bisnis yang dicapai.

Technological Agility ($\beta = 0.287$, Sig = 0.000) Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. UMKM yang lebih gesit dan adaptif dalam mengadopsi teknologi digital mampu meningkatkan efektivitas operasi, mempercepat layanan, dan meningkatkan daya saing.

Future Focus ($\beta = 0.298$, Sig = 0.000) Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Semakin kuat orientasi masa depan pelaku UMKM, seperti kemampuan mengantisipasi risiko, memprediksi tren, dan merencanakan strategi jangka panjang, semakin tinggi tingkat kinerja bisnisnya.

Hasil uji F menunjukkan bahwa:

- a. F-hitung = 42.118
- b. Sig = 0.000

Karena nilai sig < 0.05, maka secara simultan Market Orientation, Technological Agility, dan Future Focus berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM.

Nilai $R^2 = 0.612$, yang berarti: sebesar 61,2% variasi kinerja UMKM dapat dijelaskan oleh Market Orientation, Technological Agility, dan Future Focus. Sisanya 38,8% dipengaruhi oleh faktor lain seperti inovasi produk, kompetensi SDM, kondisi pasar, atau dukungan pemerintah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Market Orientation, Technological Agility, dan Future Focus memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kendari. Temuan ini mempertegas bahwa dalam konteks transformasi digital, ketiga variabel tersebut menjadi fondasi strategis yang sangat penting untuk keberlanjutan dan peningkatan daya saing UMKM.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Market Orientation, Technological Agility, dan Future Focus terhadap kinerja UMKM di Kota Kendari pada era transformasi digital. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

- a. Market Orientation berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman yang baik terhadap kebutuhan pelanggan, kemampuan membaca aktivitas pesaing, serta koordinasi internal yang efektif mampu meningkatkan daya saing dan kinerja bisnis UMKM di Kendari. Orientasi pasar menjadi fondasi bagi UMKM untuk mampu bertahan dan beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen pada era digital.
- b. Technological Agility berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Kemampuan UMKM dalam mengadopsi teknologi digital secara cepat dan efektif terbukti meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat posisi kompetitif. Teknologi menjadi faktor kunci dalam pembentukan keunggulan kompetitif berkelanjutan bagi UMKM.
- c. Future Focus berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Orientasi strategis jangka panjang membantu UMKM memprediksi tren masa depan, mengantisipasi perubahan lingkungan bisnis, serta menyiapkan strategi adaptif dalam menghadapi ketidakpastian. Future focus menjadi kapabilitas penting yang memperkuat keberlanjutan bisnis UMKM.
- d. Secara simultan, ketiga variabel—Market Orientation, Technological Agility, dan Future Focus—berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Ketiganya berkontribusi sebesar 61,2% terhadap peningkatan kinerja UMKM, sehingga dapat disimpulkan bahwa integrasi pemahaman pasar, kelincahan teknologi, dan orientasi masa depan sangat penting dalam memperkuat daya saing UMKM di era digital.

DAFTAR REFERENSI

- Bator, R. J., Bryan, A. D., & Schultz, P. W. (2011). Who gives a hoot? Intercept surveys of litterers and disposers. *Environment and Behavior*, 43(3), 295–315. <https://doi.org/10.1177/0013916509356884>
- Felix, R., Bento, M., & Sanchis-Pedregosa, C. (2018). Market orientation, innovation, and competitive advantages in SMEs: An integrative model. *Journal of Small Business Management*, 56(S1), 36–48. Untuk Menilai Kinerja Karyawan Dan Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. PT RAJA GRAFINDO PERSADA. Jakarta.
- Hidayati, S. N. (2020). Market orientation and business performance of SMEs in Indonesia. *Journal of Business Research*, 12(2), 88–99.
- Jogaratnam, G. (2017). How organizational agility affects competitive advantage: Empirical evidence from the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 61, 51–61. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.10.002>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Liu, H., Ke, W., Wei, K. K., & Hua, Z. (2013). The effect of agility on firm performance in digital environments. *Journal of Strategic Information Systems*, 22(4), 207–228.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). Theeffect of market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20–35. <https://doi.org/10.1177/002224299005400403>
- Saragih, R. (2021). Digitaltransformation and SMEs' performance: A conceptual framework. *Asian Journal of Business and Management*, 9(2), 15–23.
- Teece, D. J. (2018). Business models anddynamic capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40–49.
- Vagnoni, E., & Khoddami, S. (2016). Designing scenario planning exercises for future-oriented strategic decision-making. *Technological Forecasting and Social Change*, 105, 10–25. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.01.023>
- Zhou, K. Z., & Li, C. B. (2010). Howstrategic orientations influence the building of dynamic capability in emerging economies. *Journal of Business Research*, 63(3), 224–231.<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.03.003>