

SKRIPSI
PENGARUH *MARKET ORIENTATION* DAN *DYNAMIC CAPABILITY*
DALAM MENINGKATKAN *COMPETITIVE ADVANTAGE* PADA UMKM
(STUDI PADA *COFFEESHOP* DI BANJARMASIN)



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

REZEI FEBRIAN

NIM. 2110312310056

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

BANJARMASIN

2025

SKRIPSI
PENGARUH *MARKET ORIENTATION* DAN *DYNAMIC CAPABILITY*
DALAM MENINGKATKAN *COMPETITIVE ADVANTAGE* PADA UMKM
(STUDI PADA *COFFEESHOP* DI BANJARMASIN)



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

REZEI FEBRIAN

NIM. 2110312310056

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

BANJARMASIN

2025

LEMBAR LEGALITAS
PENGARUH *MARKET ORIENTATION* DAN *DYNAMIC CAPABILITY*
DALAM MENINGKATKAN *COMPETITIVE ADVANTAGE* PADA UMKM
(STUDI PADA *COFFEESHOP* DI BANJARMASIN)

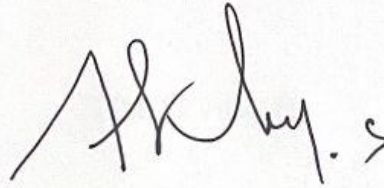
Yang disiapkan dan disusun oleh:

Rezei Febrian

NIM 2110312310056

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 4 Juli 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

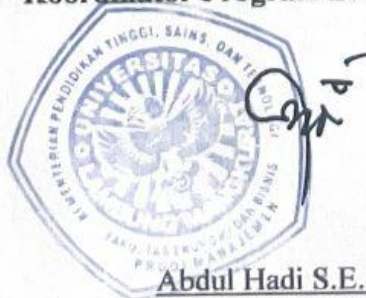
Dosen Pembimbing



Akhmad Supriyanto, S.E. M.M.
NIP. 197504292006041001

Mengetahui

Koordinator Program Studi Manajemen

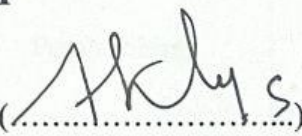


Abdul Hadi S.E., M.Si
NIP. 197007072005011001

LEMBAR PENGESAHAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Rezei Febrian
NIM : 2110312310056
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Market Orientation* dan *Dynamic Capability*
dalam Meningkatkan *Competitive Advantage* Pada
UMKM
(Studi Pada *Coffeeshop* di Banjarmasin)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Stratejik Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Jumat, 4 Juli 2025
Waktu Ujian : 15.00 – 17.00 WITA

TIM PENGUJI

Pembimbing : Akhmad Supriyanto, S.E. M.M. ()

Penguji I : Prof. Laila Refiana, S.Psi, M.Si, Ph.D.


Penguji II : Dr. Nuril Huda S.E., M.M

BERITA ACARA PERBAIKAN PROPOSAL SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian skripsi yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Rezei Febrian
NIM : 2110312310056
Program Studi : Si Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Market Orientation* dan *Dynamic Capability* dalam Meningkatkan *Competitive Advantage* Pada UMKM (Studi Pada *Coffeeshop* di Banjarmasin)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Strategik Pemasaran
Hari, Tanggal Ujian : Jumat, 4 Juli 2025
Waktu Ujian : 15.00 – 17.00WITA
Tempat : Ruang Ujian 1

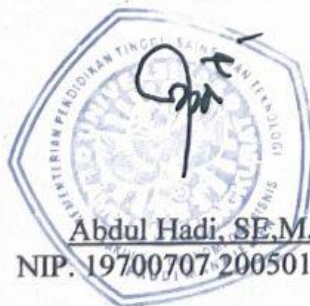
Dengan ini telah melakukan perbaikan ujian skripsi berdasarkan saran Tim Penguji:

| No | Nama Tim Penguji | Jabatan | Tanda Tangan Dosen |
|----|-------------------------------|------------|---|
| 1 | Akhmad Supriyanto, S.E., M.M. | Pembimbing |  |

Demikian berita acara perbaikan ujian skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji

Banjarmasin, 14 Juli 2025

Mengetahui,
Koordinator Program Studi
Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707-200501 1 001

Mahasiswa,



Rezei Febrian
NIM. 2110312310056

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian yang saya lakukan sendiri. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah disebutkan dan dicantumkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan atau diajukan untuk keperluan lainnya oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima segala konsekuensi hukum yang berlaku atas ketidakbenaran tersebut.

Banjarbaru, 4 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Rezei Febrian
NIM 2110312310056

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya. Shalawat serta salam semoga tercurah kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW. Berkat izin dan pertolongan-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“PENGARUH *MARKET ORIENTATION* DAN *DYNAMIC CAPABILITY* DALAM MENINGKATKAN *COMPETITIVE ADVANTAGE* PADA UMKM (STUDI PADA *COFFEESHOP* DI BANJARMASIN)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat.

Peneliti menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi penyempurnaan karya ini.

Penyusunan skripsi ini tentunya bukan hal yang mudah dan tidak lepas dari berbagai tantangan, baik secara akademis maupun non-akademis. Namun berkat dukungan dari berbagai pihak sangat berperan dalam menyelesaikan skripsi ini, baik dalam bentuk bimbingan ilmiah, semangat moral, maupun doa. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE, M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat beserta seluruh jajarannya.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

3. Bapak Abdul Hadi, SE, M.Si selaku Koordinator Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Mohammad Yudy Rachman S.E. M.M. selaku Dosen Penasihat Akademik yang telah memberikan nasihat, bimbingan, dan motivasi selama masa perkuliahan.
5. Bapak Akhmad Supriyanto, S.E. M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dengan sabar serta memberikan arahan dan masukan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Prof. Laila Refiana, S.Psi, M.Si, Ph.D. selaku Dosen Penguji I, serta Bapak Dr. Nuril Huda S.E., M.M selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun.
7. Seluruh dosen pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat atas ilmu dan wawasan yang telah diberikan selama masa studi.
8. Seluruh staf dan karyawan/ti Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah membantu kelancaran proses administrasi perkuliahan.
9. Orang tua tercinta, Ayahanda Hermansyah dan Ibunda Siti Rahmah Hayati, serta kakak tersayang yang senantiasa menjadi sumber semangat, doa, kasih sayang, dan dukungan yang tak ternilai. Terima kasih atas segala perjuangan dan cinta yang tiada henti.
10. Pasangan saya Aisha Amalia Putri yang selalu memberikan waktu, support, dan semangat dalam proses penyusunan skripsi.

11. Teman satu bimbingan yang telah menjadi rekan dalam perjuangan serta saling menguatkan selama proses penelitian.
12. Seluruh teman-teman seperjuangan Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Angkatan 2021.
13. Semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Dalam penulisan proposal skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan yang perlu diperbaiki. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun akan dengan senang hati diterima dan diharapkan dapat menjadi masukan yang berharga untuk penyusunan karya tulis di masa mendatang agar menjadi lebih baik. Semoga proposal skripsi ini dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca.

Banjarmasin, 4 Juli 2025



Rezei Febrian
NIM 2110312310056

ABSTRACT

Rezei Febrian (2025), The Effect of Market Orientation and Dynamic Capability on Competitive Advantage of MSMEs (A Study of Coffeeshops in Banjarmasin).

Advisor: Akhmad Supriyanto

This study aims to analyze the influence of Market Orientation and Dynamic Capability on Competitive Advantage among MSME (Micro, Small, and Medium Enterprises) Coffeeshops in Banjarmasin City. This research employed a quantitative method using a survey approach involving 105 owners or managers of MSME Coffeeshops as respondents. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results show that Market Orientation, particularly Customer Orientation and Competitor Orientation, has a positive and significant effect on Competitive Advantage. However, Interfunctional Coordination does not show a significant effect. Meanwhile, all dimensions of Dynamic Capability (Sensing, Seizing, and Reconfiguration) do not have a significant effect on the Competitive Advantage of MSME Coffeeshops.

Keywords: *Market Orientation, Dynamic Capability, Competitive Advantage, MSME, Coffeeshop*

ABSTRAK

Rezei Febrian (2025), Pengaruh *Market Orientation* dan *Dynamic Capability* dalam Meningkatkan *Competitive Advantage* pada UMKM (Studi pada UMKM *Coffeeshop* di Kota Banjarmasin).

Dosen Pembimbing: Akhmad Supriyanto

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Market Orientation* dan *Dynamic Capability* terhadap *Competitive Advantage* pada UMKM *Coffeeshop* di Kota Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 105 pemilik atau pengelola UMKM *Coffeeshop* sebagai responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Market Orientation*, khususnya *Customer Orientation* dan *Competitor Orientation*, berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Advantage*. Namun, *Interfunctional Coordination* tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Sementara itu, seluruh dimensi *Dynamic Capability* (*Sensing*, *Seizing*, dan *Reconfiguration*) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Competitive Advantage* pada UMKM *Coffeeshop*.

Kata Kunci: *Market Orientation*, *Dynamic Capability*, *Competitive Advantage*, UMKM, *Coffeeshop*

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| LEMBAR LEGALITAS | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| BERITA ACARA PERBAIKAN PROPOSAL SKRIPSI | iv |
| SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| ABSTRACT | ix |
| ABSTRAK | x |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 9 |
| 2.1 Landasan Teori | 9 |
| 2.1.1 <i>Market Orientation</i> | 9 |
| 2.1.1.1 Komponen <i>Market Orientation</i> | 11 |
| 2.1.2 <i>Dynamic Capability</i> | 14 |
| 2.1.2.1 Komponen <i>Dynamic Capability</i> | 16 |
| 2.1.3 <i>Competitive Advantage</i> | 19 |
| 2.1.4 Pengaruh <i>Market Orientation</i> terhadap <i>Competitive Advantage</i> .. | 22 |
| 2.1.5 Pengaruh <i>Dynamic Capability</i> terhadap <i>Competitive Advantage</i> . | 23 |
| 2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya..... | 24 |
| BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN.. | 28 |
| 3.1 Kerangka Konseptual (Model Penelitian)..... | 28 |
| 3.2 Hipotesis Penelitian..... | 29 |
| 3.2.1 Pengaruh <i>Customer Orientation</i> (X1) terhadap <i>Competitive Advantage</i> (Y)..... | 29 |
| 3.2.2 Pengaruh <i>Competitor Orientation</i> (X2) terhadap <i>Competitive Advantage</i> (Y)..... | 30 |
| 3.2.3 Pengaruh <i>Interfunctional Coordination</i> (X3) terhadap <i>Competitive Advantage</i> (Y)..... | 30 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 3.2.4 | Pengaruh <i>Sensing</i> (X4) terhadap <i>Competitive Advantage</i> (Y)..... | 31 |
| 3.2.5 | Pengaruh <i>Seizing</i> (X5) terhadap <i>Competitive Advantage</i> (Y)..... | 32 |
| 3.2.6 | Pengaruh <i>Reconfiguration</i> (X6) terhadap <i>Competitive Advantage</i> (Y) | 32 |
| BAB IV METODE PENELITIAN..... | | 34 |
| 4.1 | Ruang Lingkup Penelitian..... | 34 |
| 4.2 | Jenis Penelitian..... | 34 |
| 4.3 | Tempat/Lokasi Penelitian..... | 34 |
| 4.4 | Unit Analisis..... | 34 |
| 4.5 | Populasi dan Sampel | 34 |
| 4.5.1 | Populasi..... | 34 |
| 4.5.2 | Sampel..... | 35 |
| 4.6 | Variabel dan Definisi Operasional Variabel | 36 |
| 4.6.1 | Variabel Independen (Variabel Bebas)..... | 36 |
| 4.6.2 | Variabel Dependen (Variabel Terikat)..... | 36 |
| 4.6.3 | Definisi Operasional Variabel | 37 |
| 4.7 | Teknik Pengumpulan Data | 40 |
| 4.8 | Teknik Analisis Data | 41 |
| 4.8.1 | Statistik Deskriptif | 41 |
| 4.8.2 | <i>Structural Equation Model – Partial Least Square</i> (SEM-PLS) .. | 41 |
| 4.8.3 | Tahap Analisis | 42 |
| 4.8.3.1 | Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)..... | 42 |
| 4.8.3.2 | Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)..... | 43 |
| 4.8.4 | Uji Hipotesis | 45 |
| BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS | | 46 |
| 5.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian | 46 |
| 5.2 | Hasil dan Analisis..... | 47 |
| 5.2.1 | Karakteristik Responden | 47 |
| 5.2.2 | Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian | 49 |
| 5.2.2.1 | Analisis Statistik Deskriptif <i>Customer Orientation</i> (X1) | 51 |
| 5.2.2.2 | Analisis Statistik Deskriptif <i>Competitor Orientation</i> (X2)..... | 53 |
| 5.2.2.3 | Analisis Statistik Deskriptif <i>Interfunctional Coordination</i> (X3) .. | 55 |
| 5.2.2.4 | Analisis Statistik Deskriptif <i>Sensing</i> (X4) | 57 |
| 5.2.2.5 | Analisis Statistik Deskriptif <i>Seizing</i> (X5) | 60 |
| 5.2.2.6 | Analisis Statistik Deskriptif <i>Reconfiguration</i> (X6)..... | 62 |

| | | |
|-----------------------------|--|------------|
| 5.2.2.7 | Analisis Statistik Deskriptif <i>Competitive Advantage</i> (Y1) | 64 |
| 5.2.3 | Uji <i>Outer Model</i> | 66 |
| 5.2.3.1 | <i>Convergent Validity</i> | 67 |
| 5.2.3.2 | <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) | 69 |
| 5.2.3.3 | <i>Discriminant validity</i> | 70 |
| 5.2.3.4 | <i>Reliability Test</i> | 73 |
| 5.2.4 | Uji <i>Inner Model</i> | 74 |
| 5.2.4.1 | <i>R-Square</i> | 74 |
| 5.2.4.2 | <i>F-Square</i> | 75 |
| 5.2.4.3 | <i>Q-Square</i> | 76 |
| 5.2.4.4 | <i>Goodness of Fit</i> | 77 |
| 5.2.5 | Uji Hipotesis | 77 |
| 5.3 | Pembahasan Hasil Penelitian | 80 |
| 5.3.1 | Pengaruh <i>Customer Orientation</i> terhadap <i>Competitive Advantage</i> | 80 |
| 5.3.2 | Pengaruh <i>Competitor Orientation</i> terhadap <i>Competitive Advantage</i> | 82 |
| 5.3.3 | Pengaruh <i>Interfunctional Coordination</i> terhadap <i>Competitive Advantage</i> | 83 |
| 5.3.4 | Pengaruh <i>Sensing</i> terhadap <i>Competitive Advantage</i> | 86 |
| 5.3.5 | Pengaruh <i>Seizing</i> terhadap <i>Competitive Advantage</i> | 89 |
| 5.3.6 | Pengaruh <i>Reconfiguration</i> terhadap <i>Competitive Advantage</i> | 91 |
| 5.4 | Implikasi Hasil Penelitian | 94 |
| 5.4.1 | Implikasi Teoritis..... | 94 |
| 5.4.1.1 | <i>Market Orientation</i> | 94 |
| 5.4.1.2 | <i>Dynamic Capability</i> | 95 |
| 5.4.1.3 | <i>Competitive Advantage</i> | 97 |
| 5.4.2 | Implikasi Praktis | 98 |
| 5.4.3 | <i>Market Orientation</i> dalam Meningkatkan <i>Competitive Advantage</i> | 98 |
| 5.4.4 | <i>Dynamic Capability</i> dalam Meningkatkan <i>Competitive Advantage</i> | 100 |
| 5.5 | Keterbatasan Penelitian | 102 |
| BAB VI PENUTUP | | 103 |
| 6.1 | Kesimpulan | 103 |
| 6.2 | Saran..... | 104 |
| LAMPIRAN..... | | 113 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-------------|---|----|
| Tabel 1. 1 | Tabel Jumlah <i>Coffeeshop</i> di Banjarmasin..... | 2 |
| Tabel 2. 1 | Tabel Penelitian Sebelumnya..... | 24 |
| Tabel 4. 1 | Tabel Pengembangan Instrumen Penelitian..... | 40 |
| Tabel 5. 1 | Tabel Deskripsi Responden..... | 48 |
| Tabel 5. 2 | Tabel Kriteria Skor Skala Likert | 50 |
| Tabel 5. 3 | Skor Tanggapan Responden pada <i>Customer Orientation</i> | 51 |
| Tabel 5. 4 | Skor Tanggapan Responden pada <i>Competitor Orientation</i> | 53 |
| Tabel 5. 5 | Skor Tanggapan Responden pada <i>Interfunctional Coordination</i> | 56 |
| Tabel 5. 6 | Skor Tanggapan Responden pada <i>Sensing</i> | 58 |
| Tabel 5. 7 | Skor Jawaban Responden pada <i>Seizing</i> | 60 |
| Tabel 5. 8 | Skor Jawaban Responden pada <i>Reconfiguration</i> | 62 |
| Tabel 5. 9 | Skor Jawaban Responden pada <i>Competitive Advantage</i> | 64 |
| Tabel 5. 10 | Nilai <i>Outer Loading</i> | 68 |
| Tabel 5. 11 | Nilai <i>Average Variance Extracted</i> | 70 |
| Tabel 5. 12 | <i>Cross Loading</i> | 71 |
| Tabel 5. 13 | Kriteria Fornell-Larcker | 72 |
| Tabel 5. 14 | <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> | 73 |
| Tabel 5. 15 | <i>R-Square</i> | 74 |
| Tabel 5. 16 | Nilai <i>F-Square</i> | 75 |
| Tabel 5. 17 | <i>T-Statistics</i> dan <i>P-values</i> | 78 |
| Tabel 5. 18 | Analisis hipotesis pengaruh X1 terhadap Y1 | 80 |
| Tabel 5. 19 | Analisis hipotesis pengaruh X2 terhadap Y1 | 82 |
| Tabel 5. 20 | Analisis hipotesis pengaruh X3 terhadap Y1 | 83 |
| Tabel 5. 21 | Analisis hipotesis pengaruh X4 terhadap Y1 | 86 |
| Tabel 5. 22 | Analisis hipotesis pengaruh X5 terhadap Y1 | 89 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 3. 1 Gambar Kerangka Konseptual..... | 28 |
| Gambar 5. 1 <i>Model Structural Equation</i> | 67 |
| Gambar 5. 2 Grafik <i>Output Bootstrapping</i> | 78 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian | 114 |
| Lampiran 2 Karakteristik Responden..... | 121 |
| Lampiran 3 Statistik Deskriptif..... | 122 |
| Lampiran 4 Uji <i>Outer Model</i> | 128 |
| Lampiran 5 Uji <i>Inner Model</i> | 132 |
| Lampiran 6 Grafik <i>Output PLS-Algorithm</i> | 134 |
| Lampiran 7 Grafik <i>Output Booststrapping</i> | 134 |
| Lampiran 8 <i>T-Statistics</i> dan <i>P-Value</i> | 135 |