



**Kinerja Perusahaan di Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM):
*Systematic Literature Review***

Arif Afendi

Universitas Islam Negeri Walisongo

arifafendi@walisongo.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan di usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mengumpulkan beberapa sumber studi yang berasal dari google scholar. Artikel mengenai kinerja perusahaan diperoleh melalui database Scopus dan web of science. Dari hasil pencarian diperoleh sebanyak 109 dokumen mulai dari tahun 2020 sampai 2021, setelah dipilih dan disesuaikan dengan penelitian maka diperoleh 30 dokumen artikel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan di UMKM diantaranya adalah inovasi produk, keunggulan kompetitif, orientasi pasar, orientasi pelanggan, orientasi kewirausahaan, kemampuan inovasi pelayanan, orientasi pasar.

Kata kunci: Kinerja Perusahaan, Tinjauan Literatur Sistematis, Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).

Abstract

This research aims to know the factors that affect a firm performance in small and medium-sized micro-Businessses. This type of research uses qualitative methods by collecting several study sources derived from google scholars. Articles about the firm performance were obtained through the scopus database and the web of science. From the search results obtained as many as 109 documents ranging from 2020 to 2021, after being selected and adjusted to the research, then obtained 30 article documents. This study shows that factors that affect the firm performance in MSMEs includeroduct innovation, competitive advantage, market orientation, customer orientation, entrepreneurial orientation, service innovation capability and market orientation.

Keywords: *Firm Performance, Small And Medium Sized Enterprises, Systematic Literature Review.*

1 Pendahuluan

Pengukuran kinerja adalah praktik yang diadopsi perusahaan untuk meningkatkan kinerja mereka (Chalmeta et al., 2012). Penerapannya saat ini sedang diperluas untuk memperkuat struktur organisasi perusahaan yang akhirnya bisa bermanfaat dan membantu perusahaan untuk

memperluas bisnis (Rojas et al., 2021 dan Saunila et al., 2014). Perusahaan sekarang harus memahami bahwa untuk dapat bersaing perusahaan harus mampu menerima perubahan, hal tersebut diperlukan untuk memantau dan memahami kinerjanya (Taticchi et al., 2010) sehingga perusahaan tidak hanya memuaskan para pemangku kepentingan, tetapi juga mengelola perkembangan perusahaan dari waktu ke waktu dan untuk mencapai tingkat operasi tinggi (Sharma & Bhagwat, 2007). Situasi seperti ini tidak jauh berbeda dengan industri usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), meskipun terjadi beberapa keterbatasan antara teori dan praktek dalam pengelolaan UMKM dengan perusahaan yang skalanya jauh lebih besar dan kompleks. Pengukuran kinerja perusahaan adalah faktor dasar untuk mengelola dan meningkatkan kinerja perusahaan tersebut (Surjan & Srivastava, 2019).

Dalam dunia bisnis strategi perusahaan merupakan hal penting agar mampu menghadapi persaingan bisnis. Meningkatkan kinerja perusahaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) perlu menonjolkan adanya keunggulan kompetitif dari suatu produk atau jasa yang mereka miliki. Serta perlu adanya inovasi yang membuat dapat bersaing ketika persaingan semakin kompetitif. Persaingan tersebut membuat adanya tuntutan agar semua bisa lebih inovatif. Kinerja adalah hasil kerja yang dicapai oleh seseorang atau kelompok dalam organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab, dalam upaya untuk mencapai tujuan organisasi secara legal, tidak melanggar hukum, dan sesuai dengan moral dan etika. Menurut Voss and Giroud (2000) mendefinisikan kinerja sebagai usaha pengukuran tingkat kinerja meliputi omset penjualan, jumlah pembeli, keuntungan dan pertumbuhan penjualan. Kinerja organisasi atau sering disebut juga sebagai kinerja bisnis atau perusahaan merupakan indikator tingkat kesuksesan dalam mencapai tujuan perusahaan. Kinerja perusahaan yang baik menunjukkan kesuksesan dan efisiensi perilaku perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi kinerja perusahaan (kinerja bisnis, kinerja pemasaran dan kinerja perusahaan) di industri usaha kecil dan menengah (UMKM) dan dianalisis untuk mengetahui alur prosesnya. Selanjutnya, kesenjangan penelitian dalam konteks pengukuran bisnis perusahaan ini akan diidentifikasi. Makalah ini menyajikan tinjauan literatur sistematis dari beberapa artikel tentang pengukuran kinerja dalam industri UMKM antara tahun 2020 dan 2021 yang diambil dari google scholar yang terindeks Scopus dan Web of Science. Penelitian ini menggunakan tahun 2020 dan 2021 adalah karena di tahun tersebut sedang terjadi pandemi covid-19 yang sangat mempengaruhi kinerja perusahaan hampir di seluruh negara. Selanjutnya alasan penggunaan google scholar karena memudahkan dalam mencari dan memetakan artikel yang dibutuhkan. Subjek penelitian menggunakan Kinerja perusahaan industri Usaha kecil mikro dan menengah (UMKM).

2 Tinjauan Pustaka

Kinerja perusahaan merupakan cerminan dari kesehatan perusahaan secara keseluruhan selama periode waktu tertentu. Ini adalah hasil atau pencapaian yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan untuk memanfaatkan sumber dayanya. Kinerja adalah ungkapan luas yang mengacu pada setiap atau semua tindakan atau kegiatan organisasi selama periode tertentu dalam kaitannya dengan tolok ukur seperti biaya masa lalu atau perkiraan, efisiensi, akuntabilitas, akuntabilitas manajemen, dan sejenisnya (Srimindarti, 2004). Tujuan utama dari evaluasi kinerja adalah untuk mendorong karyawan untuk bekerja menuju tujuan organisasi dan untuk mematuhi standar perilaku dalam bentuk rencana formal atau kebijakan manajemen yang digariskan dalam anggaran organisasi yang telah ditentukan, untuk menghasilkan tindakan dan hasil yang organisasi mencari.

UU UMKM Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 mengatur tentang definisi UMKM di Indonesia. Menurut Pasal 1 undang-undang tersebut, perusahaan produktif yang dimiliki oleh orang atau badan usaha perorangan yang memenuhi persyaratan hukum untuk usaha mikro dianggap sebagai usaha mikro. Usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dijalankan oleh orang atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari suatu usaha menengah atau besar.

Di dalam Undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300.000.000,00.
- b. Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,00 hingga maksimum Rp.2.500.000,00 dan.
- c. Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,00 hingga paling banyak Rp.100.000.000.000,00 hasil penjualan tahunan di atas Rp.2.500.000.000,00 sampai paling tinggi Rp.50.000.000.000,00.

3 Metode Penelitian

Penelitian ini dimulai dengan perencanaan untuk tahap awal melakukan *systematic literature review*, selanjutnya melakukan tahap pelaksanaan dan terakhir pelaporan untuk tahapan penulisan yang nantinya menjadi sebuah laporan penelitian (Brereton et al., 2007). Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Systematic literature review (SLR) adalah metode literature review yang mengidentifikasi, menilai, dan menginterpretasi seluruh temuan-temuan pada suatu topik penelitian, untuk menjawab pertanyaan penelitian (*research question*).

Penelitian ini menggunakan situs website google scholar <https://scholar.google.com/> dan <http://google.com> sebagai pencarian data sekunder. Alasan penggunaan google scholar karena memudahkan dalam mencari dan memetakan artikel yang dibutuhkan. Subjek penelitian menggunakan Kinerja perusahaan industri Usaha kecil mikro dan menengah (UMKM).

Data yang digunakan menggunakan data sekunder. Pengumpulan data melalui pencarian langsung dari sumber <https://scholar.google.com/>, studi pustaka pada data jurnal terkait yang didapatkan dari <http://google.com>. Artikel yang tidak bisa dibuka di google scholar maka akan dicoba dengan menggunakan sci-hub <https://sci-hub.hkvisa.net/> dan artikel di dokumentasi berdasarkan data yang sudah terkumpulkan.

Pertanyaan Penelitian (*Research Question*)

RQ-1 : Apa saja faktor yang bisa mempengaruhi kinerja perusahaan ?

RQ-2 : Apa saja faktor-faktor yang secara signifikan mempengaruhi kinerja perusahaan ?

RQ-3 : Apa metode yang digunakan untuk pengambilan data faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan ?

RQ-4 : Apa saja permasalahan atau isu yang ditemukan dalam penelitian ?

RQ-5 : Bagaimana hasil penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan bisnis ?

RQ-6 : Apa teori yang digunakan dalam penelitian mengenai kinerja perusahaan bisnis ?

Proses Pencarian Data

Proses pencarian data diperlukan untuk mendapatkan sumber-sumber yang berkaitan dengan penelitian. Data diperoleh dari <https://scholar.google.com/>

Kriteria Batasan

Dapat dikatakan layak atau tidak jika data tersebut sudah memenuhi kriteria sebagai berikut ini:

1. Data yang digunakan adalah penelitian yang terpublikasi tahun 2020 dan 2021.
2. Data yang didapatkan melalui pencarian <http://scholar.google.com/>
3. Data hanya sesuai dengan topik penelitian.

Kualitas Penilaian

Tahapan pada kualitas penilaian ditemukan akan diseleksi berdasarkan pertanyaan yang sesuai kriteria yang berkualitas. Penyeleksian yang dilakukan ialah seleksi dengan menilai kualitas paper berdasarkan daftar dari *Quality Assessment* atau QA. Adapun kriterianya sebagai berikut ini:

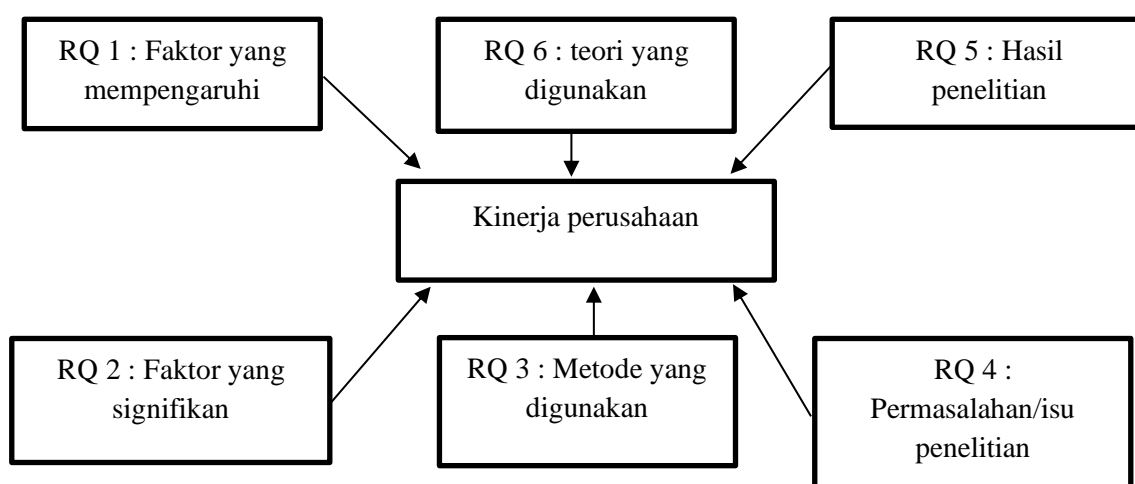
QA 1. Apakah artikel diterbitkan pada tahun 2020 dan 2021 ?

QA 2. Apakah artikel menuliskan informasi mengenai pengembangan analisis faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan ?

QA 3. Apakah artikel menuliskan hasil pembahasan mengenai kinerja perusahaan ?

Pada setiap pertanyaan kriteria penilaian kualitas nantinya dapat memberikan penilaian terhadap paper jurnal yang sudah diseleksi.

1. Ya : Untuk paper jurnal yang sesuai dengan kriteria dalam penilaian kualitas.
2. Tidak : Untuk paper jurnal yang memang tidak membahas dari adanya faktor kinerja perusahaan



Gambar 1: Alur pemikiran

3 Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil dari proses pencarian data pada penelitian ini diambil pada beberapa jurnal yang diterbitkan pada rentang waktu dari tahun 2020-2021 yang berkaitan dengan kinerja UMKM.

Tabel 1: Pengelompokan berdasarkan jenis jurnal

No	Penulis	Variabel	Nama jurnal	Tahun
1	Sukaatmadja et al. (2021)	<i>Marketing performance</i>	<i>Journal of Project Management</i>	2021
2	Salim et al. (2021)	<i>Marketing performance</i>	<i>Journal of Project Management</i>	2021
3	Heng et al. (2020)	<i>Marketing performance</i>	<i>Businesss: Theory and Practice</i>	2020
4	H. Khan and Khan (2021)	<i>Marketing performance</i>	<i>International Businesss Review</i>	2021
5	Correia et al. (2021)	<i>Firm performance</i>	<i>International Journal of Productivity and Performance Management</i>	2021
6	Riswanto et al. (2020)	<i>Marketing performance</i>	<i>Management Science Letters</i>	2020
7	Soekotjo et al. (2021)	<i>Marketing performance</i>	<i>Management Science Letters</i>	2021
8	Zainal (2020)	<i>Firm Performance</i>	<i>Journal of Family Businesss Management</i>	2020
9	Falahat et al. (2020)	<i>SMEs' performance (SP)</i>	<i>Technological Forecasting and Social Change</i>	2020
10	Nuvriasari et al. (2020)	<i>SMEs performance</i>	<i>European Journal of Businesss Management</i>	2020
11	E. A. Khan et al. (2021)	<i>Firm performance</i>	<i>Journal of Global Entrepreneurship Research.</i>	2021
12	Hiong et al. (2020)	<i>Marketing performance</i>	<i>Businesss: Theory and Practice</i>	2020
13	Lestari et al. (2020)	<i>SMEs Performance</i>	<i>The Journal of Asian Finance, Economics and Businesss</i>	2020
14	Marolt et al. (2020)	<i>Marketing performance</i>	<i>Sustainability</i>	2020
15	W. Khan et al. (2020)	<i>Firm performance</i>	<i>International Journal of Innovation, Creativity Change</i>	2020
16	Niu et al. (2020)	<i>Market performance</i>	<i>Industrial Marketing Management</i>	2020
17	Kurniawan et al. (2020b)	<i>Firm Businesss performance</i>	<i>Journal of Businesss & Industrial Marketing.</i>	2020

No	Penulis	Variabel	Nama jurnal	Tahun
18	Adel et al. (2020)	<i>Business performance</i>	<i>Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies</i>	2020
19	Kurniawan et al. (2020a)	<i>Firm performance</i>	<i>Review of International Business and Strategy</i>	2020
20	Basco et al. (2020)	<i>Firm performance</i>	<i>Journal of Business Research</i>	2020
21	Sumiati (2020)	<i>Business performance</i>	<i>The Journal of Asian Finance, Economics and Business</i>	2020
22	Shamsudin (2020)	<i>Business performance</i>	<i>international Journal of advanced and Technology</i>	2020
23	Christa and Kristinae (2021)	<i>Business Performance</i>	<i>Uncertain Supply Chain Management</i>	2021
24	Tjahjadi et al. (2020)	<i>Business performance</i>	<i>Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity</i>	2020
25	Tajeddini et al. (2020)	<i>Business Performance</i>	<i>International Journal of Hospitality Management</i>	2020
26	Wahyuni and Sara (2020)	<i>Business performance</i>	<i>International Journal of Productivity and Performance Management</i>	2020
27	Rhee and Stephens (2020)	<i>Firm performance</i>	<i>International Journal of Innovation Management</i>	2020
28	Purwati et al. (2021)	<i>SME's Performance</i>	<i>Accounting</i>	2021
29	Supriadi et al. (2020)	<i>Firm Performance</i>	<i>International Journal Of Scientific & Technology Research</i>	2020
30	Puspita et al. (2020)	<i>Business Performance</i>	<i>International Journal of Scientific Technology Research</i>	2020

Hasil tabel 1 diatas menjelaskan bahwa pengelompokan artikel bersumber dari *Journal of Project Management, Business: Theory and Practice, International Business Review, International Journal of Productivity and Performance Management, Management Science Letters, Journal of Family Business Management, Technological Forecasting and Social Change, European Journal of Business Management, Journal of Global Entrepreneurship Research, The Journal of Asian Finance, Economics and Business, Sustainability, International Journal of Innovation, Creativity Change, Industrial Marketing Management, Journal of Business & Industrial Marketing, International Journal of Scientific Technology Research* dan seterusnya.

Hasil dari RQ-1: Faktor yang Mempengaruhi

Tabel 2: Faktor yang mempengaruhi

No	Faktor yang Mempengaruhi	Artikel penelitian
1	<i>Product innovation dan Competitive advantage</i>	Sukaatmadja et al. (2021)
2	<i>Product innovation dan Competitive advantage</i>	Salim et al. (2021)
3	<i>Service innovation capability dan Customer orientation</i>	Heng et al. (2020)
4	<i>Marketing skill dan Competitive intensity</i>	H. Khan and Khan (2021)
5	<i>Dynamic capability dan Competitive advantage and performance</i>	Correia et al. (2021)
6	<i>Market orientation dan innovation</i>	Riswanto et al. (2020)
7	<i>Entrepreneurial Orientation dan Product innovations</i>	Soekotjo et al. (2021)
8	<i>Proactiveness</i>	Zainal (2020)
9	<i>Product innovation capability dan Competitive Advantage</i>	Falahat et al. (2020)
10	<i>Entrepreneurial orientation dan Entrepreneurial marketing</i>	Nuvriasari et al. (2020)
11	<i>Entrepreneurial orientation dan Entrepreneurial personality traits</i>	E. A. Khan et al. (2021)
12	<i>Market orientation dan Techno-resonance innovation capability</i>	Hiong et al. (2020)
13	<i>Market orientation dan Competitive advantage</i>	Lestari et al. (2020)
14	<i>Organizational Readiness dan Enterprise-initiated Customer Engagement Initiatives</i>	Marolt et al. (2020)
15	<i>Organizational Culture dan Innovation</i>	W. Khan et al. (2020)
16	<i>Entrepreneurial orientation dan Relationship harmony</i>	Niu et al. (2020)
17	<i>Market orientation dan Business process agility</i>	Kurniawan et al. (2020b)
18	<i>Institutional environment dan Entrepreneurial experience</i>	Adel et al. (2020)
19	<i>Balanced agile project Management dan Business Process Agility</i>	Kurniawan et al. (2020a)
20	<i>Innovativeness dan Entrepreneurial orientation</i>	Basco et al. (2020)
21	<i>Entrepreneurial intensity dan Explorative innovation</i>	Sumiati (2020)
22	<i>Market orientation dan Organizational innovation</i>	Shamsudin (2020)
23	<i>Proactiveness Market Orientation dan Product innovation</i>	Christa and Kristinae (2021)

No	Faktor yang Mempengaruhi	Artikel penelitian
24	<i>Green market orientation</i> dan <i>Green innovation</i>	Tjahjadi et al. (2020)
25	<i>Entrepreneurial orientation</i> dan <i>Business networking ties</i>	Tajeddini et al. (2020)
26	<i>Entrepreneurial Orientation</i> dan <i>Knowledge Competence</i>	Wahyuni and Sara (2020)
27	<i>Innovation-oriented technology assimilation</i> dan <i>Competitive advantage</i>	Rhee and Stephens (2020)
28	<i>Entrepreneurial Leadership</i> dan <i>Innovation capability</i>	Purwati et al. (2021)
29	<i>Entrepreneur Orientation</i> dan <i>Strategic Flexibility</i>	Supriadi et al. (2020)
30	<i>Innovation Capability</i> dan <i>Competitive Advantage</i>	Puspita et al. (2020)

Hasil tabel 2 diatas menjelaskan bahwa Hasil (RQ1) telah ditemukan bahwa faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan diantaranya ada inovasi produk, keunggulan kompetitif, orientasi pasar, orientasi pelanggan, orientasi kewirausahaan, kemampuan inovasi pelayanan, orientasi pasar yang ramah lingkungan dan lain-lain seperti yang telah dijelaskan di atas.

Hasil dari RQ-2: Faktor yang Signifikan

Hasil tabel 2 diatas menjelaskan bahwa Hasil (RQ-2) telah ditemukan bahwa faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan diantaranya ada inovasi produk, keunggulan kompetitif, orientasi pasar, orientasi pelanggan, orientasi kewirausahaan, kemampuan inovasi pelayanan, orientasi pasar yang ramah lingkungan dan lain-lain seperti yang telah dijelaskan di atas.

Hasil dari RQ-3: Metode yang Digunakan

Tabel 3: Metode yang digunakan dalam penelitian

No	Penulis	Judul	Nama jurnal	Metode penelitian
1	Sukaatmadja et al. (2021)	<i>Marketing performance</i>	<i>Journal of Project Management</i>	Kuantitatif
2	Salim et al. (2021)	<i>Marketing performance</i>	<i>Journal of Project Management</i>	Kuantitatif
3	Heng et al. (2020)	<i>Marketing performance</i>	<i>Business: Theory and Practice</i>	Kuantitatif
4	H. Khan and Khan (2021)	<i>Marketing performance</i>	<i>International Businesss Review</i>	Kuantitatif
5	Correia et al. (2021)	<i>Firm performance</i>	<i>International Journal of Productivity and Performance Management</i>	Kuantitatif

No	Penulis	Judul	Nama jurnal	Metode penelitian
6	Riswanto et al. (2020)	<i>Marketing performance</i>	<i>Management Science Letters</i>	Kuantitatif
7	Soekotjo et al. (2021)	<i>Marketing performance</i>	<i>Management Science Letters</i>	Kuantitatif
8	Zainal (2020)	<i>Performance</i>	<i>Journal of Family Business Management</i>	Kuantitatif
9	Falahat et al. (2020)	<i>SMEs' performance (SP)</i>	<i>Technological Forecasting and Social Change</i>	Kuantitatif
10	Nuvriasari et al. (2020)	<i>SMEs performance</i>	<i>European Journal of Business Management</i>	Kuantitatif
11	E. A. Khan et al. (2021)	<i>Firm performance</i>	<i>Journal of Global Entrepreneurship Research.</i>	Kuantitatif
12	Hiong et al. (2020)	<i>Marketing performance</i>	<i>Business: Theory and Practice</i>	Kuantitatif
13	Lestari et al. (2020)	<i>SMEs Performance</i>	<i>The Journal of Asian Finance, Economics and Business</i>	Kuantitatif
14	Marolt et al. (2020)	<i>Marketing performance</i>	<i>Sustainability</i>	Kuantitatif
15	W. Khan et al. (2020)	<i>Firm performance</i>	<i>International Journal of Innovation, Creativity Change</i>	Kuantitatif
16	Niu et al. (2020)	<i>Market performance</i>	<i>Industrial Marketing Management</i>	Kuantitatif
17	Kurniawan et al. (2020b)	<i>Firm Business performance</i>	<i>Journal of Business & Industrial Marketing.</i>	Kuantitatif
18	Adel et al. (2020)	<i>Business performance</i>	<i>Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies</i>	Kuantitatif
19	Kurniawan et al. (2020a)	<i>Firm performance</i>	<i>Review of International Business and Strategy</i>	Kuantitatif
20	Basco et al. (2020)	<i>Firm performance</i>	<i>Journal of Business Research</i>	Kuantitatif
21	Sumiati (2020)	<i>Business performance</i>	<i>The Journal of Asian Finance, Economics and Business</i>	Kuantitatif
22	Shamsudin (2020)	<i>Business performance</i>	<i>International Journal of advanced and Technology</i>	Kuantitatif
23	Christa and Kristinae (2021)	<i>Business Performance</i>	<i>Uncertain Supply Chain Management</i>	Kuantitatif

No	Penulis	Judul	Nama jurnal	Metode penelitian
24	Tjahjadi et al. (2020)	<i>Business performance</i>	<i>Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity</i>	Kuantitatif
25	Tajeddini et al. (2020)	<i>Business Performance</i>	<i>International Journal of Hospitality Management</i>	Kuantitatif
26	Wahyuni and Sara (2020)	<i>Business performance</i>	<i>International Journal of Productivity and Performance Management</i>	Kuantitatif
27	Rhee and Stephens (2020)	<i>Firm performance</i>	<i>International Journal of Innovation Management</i>	Kuantitatif
28	Purwati et al. (2021)	<i>SME's Performance</i>	<i>Accounting</i>	Kuantitatif
29	Supriadi et al. (2020)	<i>Firm Performance</i>	<i>International Journal Of Scientific & Technology Research</i>	Kuantitatif
30	Puspita et al. (2020)	<i>Business Performance</i>	<i>International Journal of Scientific Technology Research</i>	Kuantitatif

Tabel 3 diatas menjelaskan bahwa metode yang digunakan dari semua artikel jurnal adalah metode penelitian kuantitatif. Pengambilan data untuk masing-masing penelitian dengan cara menggunakan kuesioner.

Hasil dari RQ-4: Permasalahan atau Isu Penelitian

Dari data jurnal yang digunakan diatas, kebanyakan permasalahan yang terjadi adalah mengenai adanya persaingan bisnis dan bagaimana perusahaan mempertahankan keunggulan bersaing yang mereka miliki, minimnya modal usaha yang dimiliki, kurang tahu bagaimana membesarkan bisnis, kurangnya inovasi produk, belum optimalnya sistem distribusi pemasaran, belum adanya branding merk serta pengelolaan keuangan karena ada banyak pelaku UMKM yang masih belum bisa membedakan antara uang modal usaha untuk diputar kembali dengan keuntungan yang diperoleh.

Hasil dari RQ-5: Hasil Penelitian

Tabel 4: Hasil penelitian

No	Faktor yang Mempengaruhi	Artikel penelitian	Pengaruh
1	<i>Product innovation dan Competitive advantage</i>	Sukaatmadja et al. (2021)	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan

No	Faktor yang Mempengaruhi	Artikel penelitian	Pengaruh
2	<i>Product innovation dan Competitive advantage</i>	Salim et al. (2021)	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan
3	<i>Service innovation capability dan Customer orientation</i>	Heng et al. (2020)	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan
4	<i>Marketing skill dan Competitive intensity</i>	H. Khan and Khan (2021)	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan
5	<i>Dynamic capability dan Competitive advantage and performance</i>	Correia et al. (2021)	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan
6	<i>Market orientation dan innovation</i>	Riswanto et al. (2020)	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan
7	<i>Entrepreneurial Orientation dan Product innovations</i>	Soekotjo et al. (2021)	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan
8	<i>Proactiveness</i>	Zainal (2020)	Tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan
9	<i>Product innovation capability dan Competitive Advantage</i>	Falahat et al. (2020)	Tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan
10	<i>Entrepreneurial orientation dan Entrepreneurial marketing</i>	Nuvriasari et al. (2020)	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan
11	<i>Entrepreneurial orientation dan Entrepreneurial personality traits</i>	E. A. Khan et al. (2021)	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan
12	<i>Market orientation dan Techno-resonance innovation capability</i>	Hiong et al. (2020)	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan
13	<i>Market orientation dan Competitive advantage</i>	Lestari et al. (2020)	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan
14	<i>Organizational Readiness dan Enterprise-initiated Customer Engagement Initiatives</i>	Marolt et al. (2020)	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan
15	<i>Organizational Culture dan Innovation</i>	W. Khan et al. (2020)	Tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan
16	<i>Entrepreneurial orientation dan Relationship harmony</i>	Niu et al. (2020)	Tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan
17	<i>Market orientation</i>	Kurniawan et al. (2020b)	Tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan

No	Faktor yang Mempengaruhi	Artikel penelitian	Pengaruh
18	<i>Institutional environment dan Entrepreneurial experience</i>	Adel et al. (2020)	Tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan
19	<i>Balanced agile project Management dan Businesss Process Agility</i>	Kurniawan et al. (2020a)	Tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan
20	<i>Innovativeness dan Entrepreneurial orientation</i>	Basco et al. (2020)	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan
21	<i>Entrepreneurial intensity dan Explorative innovation</i>	Sumiati (2020)	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan
22	<i>Market orientation dan Organizational innovation</i>	Shamsudin (2020)	Tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan
23	<i>Proactivenesss Market Orientation dan Product innovation</i>	Christa and Kristinae (2021)	Tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan
24	<i>Green market orientation dan Green innovation</i>	Tjahjadi et al. (2020)	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan
25	<i>Entrepreneurial orientation dan Businesss networking ties</i>	Tajeddini et al. (2020)	Tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan
26	<i>Entrepreneurial Orientation dan Knowledge Competence</i>	Wahyuni and Sara (2020)	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan
27	<i>Innovation-oriented technology assimilation dan Competitive advantage</i>	Rhee and Stephens (2020)	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan
28	<i>Entrepreneurial Leadership dan Innovation capability</i>	Purwati et al. (2021)	Tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan
29	<i>Entrepreneur Orientation dan Strategic Flexibility</i>	Supriadi et al. (2020)	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan
30	<i>Innovation Capability dan Competitive Advantage</i>	Puspita et al. (2020)	Tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan

Tabel 4 diatas menjelaskan bahwa hampir sebagian besar faktor yang mempengaruhi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Ada beberapa yang tidak berpengaruh diantaranya adalah *proactiveness, organizational culture dan innovation, product innovation capability dan competitive advantage, entrepreneurial orientation dan relationship harmony, market orientation, innovation capability dan competitive advantage* dan lain sebagainya seperti yang dijelaskan diatas.

Hasil dari RQ-6: Teori yang digunakan dalam penelitian

Tabel 5: Teori yang digunakan dalam penelitian

No	Penulis	Variabel	Nama jurnal	Teori
1	Sukaatmadja et al. (2021)	<i>Marketing performance</i>	<i>Journal of Project Management</i>	<i>Resource-based view theory</i>
2	Salim et al. (2021)	<i>Marketing performance</i>	<i>Journal of Project Management</i>	<i>Resource-based view theory</i>
3	Heng et al. (2020)	<i>Marketing performance</i>	<i>Businesss: Theory and Practice</i>	<i>Resource-based view theory</i>
4	H. Khan and Khan (2021)	<i>Marketing performance</i>	<i>International Businesss Review</i>	<i>Resource-based and dynamic Capability theory</i>
5	Correia et al. (2021)	<i>Firm performance</i>	<i>International Journal of Productivity and Performance Management</i>	<i>Resource-based view theory</i>
6	Riswanto et al. (2020)	<i>Marketing performance</i>	<i>Management Science Letters</i>	<i>Entrepreneurship Theory</i>
7	Soekotjo et al. (2021)	<i>Marketing performance</i>	<i>Management Science Letters</i>	<i>Resource-based view theory</i>
8	Zainal (2020)	<i>Performance</i>	<i>Journal of Family Business Management</i>	<i>Resource-based view theory</i>
9	Falahat et al. (2020)	<i>SMEs' performance (SP)</i>	<i>Technological Forecasting and Social Change</i>	<i>Resource-based theory of competitive advantage</i>
10	Nuvriasari et al. (2020)	<i>SMEs performance</i>	<i>European Journal of Business Management</i>	<i>Entrepreneurship Theory</i>
11	E. A. Khan et al. (2021)	<i>Firm performance</i>	<i>Journal of Global Entrepreneurship Research.</i>	<i>Entrepreneurship Theory</i>
12	Hiong et al. (2020)	<i>Marketing performance</i>	<i>Businesss: Theory and Practice</i>	<i>Resource Advantage theory of Competition (Ratoc)</i>
13	Lestari et al. (2020)	<i>SMEs Performance</i>	<i>The Journal of Asian Finance, Economics and Businesss</i>	<i>Consumer culture theory and Resource-based theory</i>
14	Marolt et al. (2020)	<i>Marketing performance</i>	<i>Sustainability</i>	<i>Theory of customer engagement Marketing</i>

No	Penulis	Variabel	Nama jurnal	Teori
15	W. Khan et al. (2020)	<i>Firm performance</i>	<i>International Journal of Innovation, Creativity Change</i>	<i>Resource-based view theory</i>
16	Niu et al. (2020)	<i>Market performance</i>	<i>Industrial Marketing Management</i>	<i>Resource-based view theory</i>
17	Kurniawan et al. (2020)	<i>Firm Business performance</i>	<i>Journal of Business & Industrial Marketing.</i>	<i>Dynamic capability theory and the relational theory</i>
18	Adel et al. (2020)	<i>Business performance</i>	<i>Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies</i>	<i>Institutional theory</i>
19	Kurniawan et al. (2020)	<i>Firm performance</i>	<i>Review of International Business and Strategy</i>	<i>Resource-based view theory</i>
20	Basco et al. (2020)	<i>Firm performance</i>	<i>Journal of Business Research</i>	<i>Institutional theory</i>
21	Sumiati (2020)	<i>Business performance</i>	<i>The Journal of Asian Finance, Economics and Business</i>	<i>Resource Advantage theory of Competition (Ratoc)</i>
22	Shamsudin (2020)	<i>Business performance</i>	<i>International Journal of advanced and Technology</i>	<i>Resource-based theory</i>
23	Christa and Kristinae (2021)	<i>Business Performance</i>	<i>Uncertain Supply Chain Management</i>	<i>Resource-based view theory</i>
24	Tjahjadi et al. (2020)	<i>Business performance</i>	<i>Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity</i>	<i>Entrepreneurship theory</i>
25	Tajeddini et al. (2020)	<i>Business Performance</i>	<i>International Journal of Hospitality Management</i>	<i>Entrepreneurship theory</i>
26	Wahyuni and Sara (2020)	<i>Business performance</i>	<i>International Journal of Productivity and Performance Management</i>	<i>Resource-based view theory</i>
27	Rhee and Stephens (2020)	<i>Firm performance</i>	<i>International Journal of Innovation Management</i>	<i>Resource Advantage theory of Competition (Ratoc)</i>
28	Purwati et al. (2021)	<i>SME's Performance</i>	<i>Accounting</i>	<i>Resource Advantage theory of Competition (Ratoc)</i>

No	Penulis	Variabel	Nama jurnal	Teori
29	Supriadi et al. (2020)	<i>Firm Performance</i>	<i>International Journal Of Scientific & Technology Research</i>	<i>Resource-based view theory</i>
30	Puspita et al. (2020)	<i>Businesss Performance</i>	<i>International Journal of Scientific Technology Research</i>	<i>Resource-based view theory</i>

Tabel 5 diatas menjelaskan bahwa dalam menjelaskan kinerja bisnis perusahaan, data menunjukkan bahwa para peneliti menggunakan teori yang berbeda *diantaranya resource-based view theory, resource advantage theory of competition (Ratoc), entrepreneurship theory, institutional theory, dynamic capability theory and the relational theory, theory of customer engagement Marketing, dan consumer culture theory and resource-based theory*

5 Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa hasil systematic literature review dapat menganalisis sekaligus dapat memberikan informasi secara komprehensif bagi Usaha kecil mikro dan menengah. Ditemukan adanya faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan UMKM diantaranya adalah inovasi produk, keunggulan kompetitif, orientasi pasar, orientasi pelanggan, orientasi kewirausahaan, kemampuan inovasi pelayanan, orientasi pasar yang ramah lingkungan. Faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan UMKM diantaranya ada inovasi produk, keunggulan kompetitif, orientasi pasar, orientasi pelanggan, orientasi kewirausahaan, kemampuan inovasi pelayanan, orientasi pasar yang ramah lingkungan dan lain-lain seperti yang telah dijelaskan. Metode penelitian yang digunakan dalam menjelaskan kinerja perusahaan pada UMKM adalah metode kuantitatif.

Permasalahan yang terjadi dalam kinerja perusahaan UMKM adalah mengenai adanya persaingan bisnis dan bagaimana perusahaan mempertahankan keunggulan bersaing yang mereka miliki. Dalam menjelaskan kinerja perusahaan UMKM, ditemukan bahwa para peneliti menggunakan teori yang berbeda beda diantaranya adalah *resource-based view theory, resource advantage theory of competition, entrepreneurship theory, institutional theory, dynamic capability theory and the relational theory, theory of customer engagement Marketing, dan consumer culture theory and resource-based theory.*

Berdasarkan tinjauan literatur yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran mengenai penelitian yang akan datang diantaranya penelitian mengenai kinerja perusahaan bisa dilakukan dengan menggunakan periode penelitian yang lebih panjang. Kemudian hampir secara keseluruhan riset yang telah dilakukan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian dengan pendekatan kualitatif masih sangat terbatas. Dengan penelitian kualitatif diharapkan dapat mendapatkan informasi lebih mendalam karena dilakukan wawancara langsung dengan narasumber yang menjadi objek penelitian. Penelitian selanjutnya bisa melakukan SLR selain kinerja perusahaan misalnya tentang keunggulan kompetitif dan lain sebagainya.

Daftar Pustaka

Adel, H. M., Mahrous, A. A., & Hammad, R. (2020). *Entrepreneurial marketing strategy, institutional environment, and Businesss performance of SMEs in Egypt. Journal of*

- Entrepreneurship in Emerging Economies*, 12(5), 727-746. doi:10.1108/jeee-11-2019-0171
- Basco, R., Hernández-Perlines, F., & Rodríguez-García, M. (2020). *The effect of entrepreneurial orientation on firm performance: A multigroup analysis comparing China, Mexico, and Spain*. *Journal of Business Research*, 113, 409-421. doi:10.1016/j.jbusres.2019.09.020
- Chalmeta, R., et al. (2012). *Methodology to develop a performance measurement system in small and medium-sized enterprises*. *International Journal of Computer Integrated Manufacturing* 25(8): 716-740.
- Christa, U. R., & Kristinae, V. (2021). *The effect of product innovation on Business performance during COVID 19 pandemic*. *Uncertain Supply Chain Management*, 151-158. doi:10.5267/j.uscm.2020.10.006
- Correia, R. J., Teixeira, M. S., & Dias, J. G. (2021). *Dynamic capabilities: antecedents and implications for firms' performance*. *International Journal of Productivity and Performance Management*. doi:10.1108/ijppm-12-2019-0587
- Falahat, M., Ramayah, T., Soto-Acosta, P., & Lee, Y.-Y. (2020). *SMEs internationalization: The role of product innovation, market intelligence, pricing and marketing communication capabilities as drivers of SMEs' international performance*. *Technological Forecasting and Social Change*, 152. doi:10.1016/j.techfore.2020.119908
- Heng, L., Ferdinand, A. T., Afifah, N., & Ramadania, R. (2020). *Service Innovation Capability for Enhancing Marketing Performance: An Sdl Perspectives*. *Business: Theory and Practice*, 21(2), 623-632. doi:10.3846/btp.2020.12163
- Hiong, L. S., Ferdinand, A. T., & Listiana, E. (2020). *Techno-Resonance Innovation Capability for Enhancing Marketing Performance: A Perspective of Ra-Theory*. *Business: Theory and Practice*, 21(1), 329-339. doi:10.3846/btp.2020.12117
- Khan, E. A., Harris, L., & Quaddus, M. (2021). *The mediating role of personality traits on the entrepreneurial orientation–firm performance relationship: informal entrepreneurship context*. *Journal of Global Entrepreneurship Research*. doi:10.1007/s40497-021-00263-4
- Khan, H., & Khan, Z. (2021). *The efficacy of marketing skills and market responsiveness in marketing performance of emerging market exporting firms in advanced markets: The moderating role of competitive intensity*. *International Business Review*. doi:10.1016/j.ibusrev.2021.101860
- Khan, W., Hassan, R., Arshad, M., Arshad, M., Kashif, U., Aslam, F., . . . Change. (2020). *The effect of entrepreneurial orientation and organizational culture on firm performance: The mediating role of innovation*. *International Journal of Innovation, Creativity Change* 13 (3) : 652-677
- Kurniawan, R., Budiastuti, D., Hamsal, M., & Kosasih, W. (2020a). *The impact of balanced agile project management on firm performance: the mediating role of market orientation and strategic agility*. *Review of International Business and Strategy*, 30(4), 457-490. doi:10.1108/ribs-03-2020-0022
- Kurniawan, R., Budiastuti, D., Hamsal, M., & Kosasih, W. (2020b). *Networking capability and firm performance: the mediating role of market orientation and Business process agility*. *Journal of Business & Industrial Marketing*. doi:10.1108/jbim-01-2020-0023
- Lestari, S. D., Leon, F. M., Widyastuti, S., Brabo, N. A., & Putra, A. H. P. K. (2020). *Antecedents and Consequences of Innovation and Business Strategy on Performance and Competitive Advantage of SMEs*. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(6), 365-378. doi:10.13106/jafeb.2020.vol7.no6.365
- Marolt, M., Zimmermann, H.-D., & Pucihar, A. (2020). *Enhancing Marketing Performance Through Enterprise-Initiated Customer Engagement*. *Sustainability*, 12(9). doi:10.3390/su12093931
- Niu, Y., Deng, F., & Hao, A. W. (2020). *Effect of entrepreneurial orientation, collectivistic orientation and swift Guanxi with suppliers on market performance: A study of e-*

- commerce enterprises. *Industrial Marketing Management*, 88, 35-46. doi:10.1016/j.indmarman.2020.04.020
- Nuvriasari, A., Ishak, A., Hidayat, A., & Mustafa, Z. H. (2020). *The Effect of Market and Entrepreneurship Orientation on SME's Business Performance: The Role of Entrepreneurial Marketing in Indonesian Batik Industries*. *European Journal of Business Management* 12(5) : 29-37
- Purwati, A. A., Budiyanto, B., Suhermin, S., & Hamzah, M. L. (2021). *The effect of innovation capability on Business performance: The role of social capital and entrepreneurial leadership on SMEs in Indonesia*. *Accounting*, 323-330. doi:10.5267/j.ac.2020.11.021
- Puspita, L. E., Christiananta, B., & Ellitan, L. (2020). *The effect of strategic orientation, supply chain capability, innovation capability, on competitive advantage and performance of furniture retails*. *International Journal of Scientific Technology Research*, 9(03), 4521-4529.
- Rhee, M., & Stephens, A. R. (2020). *Innovation-Orientated Technology Assimilation Strategy and Korean Smes' Enhancing Innovation Capability, Competitive Advantage and Firm Performance*. *International Journal of Innovation Management*, 24(06). doi:10.1142/s1363919620500814
- Riswanto, A., Rasto, R., Hendrayati, H., Saparudin, M., Abidin, A. Z., & Eka, A. P. B. (2020). *The role of innovativeness-based market orientation on marketing performance of small and medium-sized enterprises in a developing country*. *Management Science Letters*, 1947-1952. doi:10.5267/j.msl.2020.2.019
- Rojas-Lema, X., et al. (2021). *Performance measurement in SMEs: systematic literature review and research directions*. *Total Quality Management Business Excellence* 32(15-16): 1803-1828.
- Salim, M., Saputra, F. E., Hayu, R. S., & Febliansa, M. R. (2021). *Marketing performance of bread and cake small and medium Business with competitive advantage as moderating variable*. *Management Science Letters*, 1421-1428. doi:10.5267/j.msl.2020.10.024
- Shamsudin, H. (2020). *Mediating role of organizational innovation on market orientation and Business performance: SEM-AMOS approach*. *international Journal of advanced and Technology*, 29(2), 3607-3613.
- Sharma, M. K., & Bhagwat, R. (2007). *Performance measurement system: case studies from SMEs in India*. *International Journal of Productivity Quality Management* 2 (4) : 475-509
- Soekotjo, H., Cahyono, K. E., Nugroho, N. E., Rismawati, R., & Kawiana, I. G. P. (2021). *The role of mediation of product innovation in improving enterprises orientation of marketing performance of tofu industry*. *Management Science Letters*, 473-480. doi:10.5267/j.msl.2020.9.020
- Sukaatmadja, I. P. G., Yasa, N. N. K., Rahyuda, H., Setini, M., & Dharmanegara, I. B. A. (2021). *Competitive advantage to enhance internationalization and marketing performance woodcraft industry: A perspective of resource-based view theory*. *Journal of Project Management*, 45-56. doi:10.5267/j.jpm.2020.9.002
- Sumiati, S. (2020). *Improving Small Business Performance: The Role of Entrepreneurial Intensity and Innovation*. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 211-218. doi:10.13106/jafeb.2020.vol7.n10.211
- Supriadi, N., Ahman, E., Wibowo, A., Furqon, C., & Subagia, D. (2020). *Strategic Flexibility In Mediating The Effect Of Entrepreneurial Orientation And Dynamic Environment On Firm Performance*. *International Journal Of Scientific & Technology Research*, 9(8).
- Surjan, S., & Srivastava, S. (2019). *Identification of Determinants influencing the performance of MSMEs*. *International Journal of Recent Technology Engineering* 8 (23) : 1580-1590
- Tajeddini, K., Martin, E., & Ali, A. (2020). *Enhancing hospitality Business performance: The role of entrepreneurial orientation and networking ties in a dynamic environment*.

- International Journal of Hospitality Management*, 90, 102605.
doi:10.1016/j.ijhm.2020.102605
- Taticchi, P., et al. (2010). *Performance measurement and management in smes: Discussion of preliminar results from an Italian survey*. *Businesss performance measurement and management*, Springer: 3-11.
- Tjahjadi, B., Soewarno, N., Hariyati, H., Nafidah, L. N., Kustiningsih, N., & Nadyaningrum, V. (2020). *The Role of Green Innovation between Green Market Orientation and Businesss Performance: Its Implication for Open Innovation*. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4). doi:10.3390/joitmc6040173
- Voss, C., & Giroud, A. J. J. o. P. (2000). *Customer Benefit and Company Consequens of Customer Salesperson Relationship in Retailing*. *Journal of Personal Sales Management*.
- Wahyuni, N. M., & Sara, I. M. (2020). *The effect of entrepreneurial orientation variables on Businesss performance in the SME industry context*. *Journal of Workplace Learning*, 32(1), 35-62. doi:10.1108/jwl-03-2019-0033
- Wang, Y., Sun, H., Jia, T., & Chen, J. (2021). *The impact of buyer–supplier interaction on ambidextrous innovation and Businesss performance: the moderating role of competitive environment*. *The International Journal of Logistics Management*, 32(2), 673-695. doi:10.1108/ijlm-05-2019-0141
- Zainal, M. (2020). *Innovation orientation and performance of Kuwaiti family Businessses: evidence from the initial period of COVID-19 pandemic*. *Journal of Family Businesss Management*.