

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pengembangan produk baru pada UMKM *fashion* di Kota Bandung, dengan partisipasi pelanggan sebagai variabel mediasi. Orientasi kewirausahaan terdiri dari lima dimensi: inovasi, proaktif, pengambilan risiko, otonomi, dan agresivitas kompetitif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner dari 328 responden dan dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling – Partial Least Squares (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pengembangan produk baru, serta terhadap partisipasi pelanggan. Namun, partisipasi pelanggan tidak berperan secara signifikan sebagai mediator dalam hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja pengembangan produk baru. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelaku UMKM cenderung lebih mengandalkan strategi internal daripada keterlibatan pelanggan dalam proses inovasi. Implikasi dari hasil ini menunjukkan pentingnya penguatan sistem partisipasi pelanggan secara strategis agar dapat berkontribusi nyata terhadap inovasi produk.

Kata kunci: Orientasi kewirausahaan, Partisipasi Pelanggan, Kinerja Pengembangan Produk Baru, UMKM, SEM-PLS