

## Abstrak

*Home industry* sebagai bentuk kegiatan dalam usaha yang sebagai bentuk ekonomi rakyat yang berpotensi untuk mengembangkan ekonomi kerakyatan, serta dapat meningkatkan perekonomian nasional dengan tidak mengesampingkan dekmokrasi ekonomi. Industri Mie bihun menarik diteliti karena berpotensi sebagai makanan alternatif dalam mewujudkan ketahanan pangan masyarakat, mengingat daerah lumajang merupakan salah satu sentra komoditas singkong (bahan baku tepung tapioka dan singkong) di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran di CV. Timur Jaya Lumajang. Metedo penelitian ini yang digunakan penelitian kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan populasi 200 karyawan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* maka sampel pada peneitian ini 167 responden. Pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik analisis linier berganda. Setelah dilakukan pengujian secara persial atau uji t didapatkan hasil sebagai berikut: 1) Orientasi pasar tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan. 2) Inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. 3) Koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 11,8% terhadap kinerja pemasaran

**Kata Kunci: Orientasi Pasar dan Inovasi Produk**



## **Abstract**

*Home industry as a form of activity in business as a form of people's economy that has the potential to develop a people's economy, and can improve the national economy without compromising economic democracy. The vermicelli noodle industry is interesting to study because it has the potential as an alternative food in realizing community food security, considering that the Lumajang area is one of the centers for cassava commodities (raw materials for tapioca and cassava flour) in Indonesia. This study aims to determine the effect of market orientation and product innovation on marketing performance at CV. East Jaya Lumajang. This research method used quantitative research. Data were collected through questionnaires with a population of 200 employees using purposive sampling technique, so the sample in this study was 167 respondents. Hypothesis testing is done by using multiple linear analysis techniques. After the partial test or t test, the following results are obtained: 1) Market orientation has no effect on employee performance. 2) Product innovation affects marketing performance. 3) The coefficient of determination R<sup>2</sup> is 11.8% on marketing performance.*

**Keywords: Market Orientation and Product Innovation**

