

PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN UMKM KULINER DI KOTA PADANG

Studi Kasus: UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Utara

Selsa Nabila¹, Zeshasina Rosha²

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail: selsanabila14092000@gmail.com zeshasina.rossha@bunghatta.ac.id

PENDAHULUAN

Keberadaan usaha mikro kecil merupakan bagian terbesar dalam perekonomian nasional. Pengembangan usaha mikro kecil merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi di Kota Padang. Usaha mikro kecil di Kota Padang terbukti mampu menjadi penggerak perekonomian di Kota Padang, serta berperan sebagai sumber pendapatan sebagian besar penduduk di kota Padang. Diantara UMKM yang banyak bermunculan tersebut adalah UMKM di bidang kuliner. Kinerja sebuah usaha mikro kecil sangat menentukan perkembangan usaha mikro kecil tersebut. Pada dasarnya tujuan usaha mikro kecil ialah memaksimalkan nilai usaha mikro kecil itu sendiri yang tercermin dalam berbagai ukuran kinerja. Kinerja pemasaran merupakan prestasi perusahaan pada produk yang dihasilkan, selain itu kinerja pemasaran juga merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai pencapaian dari aktifitas proses pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan [1]. Selain dari faktor lingkungan dan inovasi produk, faktor lain yang mempengaruhi kinerja pemasaran diantaranya adalah orientasi pasar [2]. Orientasi pasar merupakan tervalidasi sebagai suatu cara untuk memperbaiki kinerja suatu perusahaan sehingga dapat meningkatkan peran pemasaran dalam suatu organisasi [3]. Selanjutnya menurut [4] bahwa orientasi kewirausahaan dapat menimbulkan peningkatan kinerja usaha. Orientasi kewirausahaan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam *market place* yang sama [5]. Selanjutnya, [6] menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan kemungkinan seseorang dapat melakukan beberapa hal, seperti aktif berinovasi dan berani

mengambil risiko untuk dapat memulai dan mengelola suatu usaha.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini tergolong dalam jenis penelitian kuantitatif, analisis deskriptif diperlukan agar mengetahui tingkat capaian responden (TCR), *SmartPLS3* digunakan sebagai alat pengolahan data dan pengujian hipotesis, maka dari itu diperlukannya lah prosedur *Measurement Model Assesment* (MMA) yang berfungsi sebagai uji validitas, reliabilitas dan uji diskriminan, selanjutnya dilakukan uji *R Square* dan *Q Square*, dan untuk pengujian hipotesis digunakan prosedur *Structural Model Assesment* (SMA). Populasi pada penelitian ini seluruh pelaku UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Utara. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 105 responden. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel [7]. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer, data primer yang di ambil dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dengan lansung turun ke lapangan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Simple random sampling*. Instrumen yang digunakan untuk meperoleh data menggunakan kuesioner dengan skala likert lima jawaban.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jika suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen memiliki T Stastistic > 1,96 dan P Values < 0,05 maka dapat diartikan bahwa variabel eksogen berpengaruh terhadap variabel endogen, dan sebaliknya [8].

Tabel 1: Hasil Uji Hipotesis

Arah	Original Sample	T Statistics	P Values	Keputusan
Orientasi Pasar > Kinerja Pemasaran	0.271	3.303	0.001	H1 Diterima
Orientasi Kewirausahaan > Kinerja Pemasaran	0.576	7.783	0.000	H2 Diterima

Berdasarkan tabel 1, didapat hasil penelitian sebagai berikut:

Variabel orientasi pasar (X1) memiliki nilai P Value sebesar 0,000 dan T statistik 3.303 serta original sampel 0,271. Temuan ini dapat diartikan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM kuliner saji di Kecamatan Padang Utara. Dengan demikian hipotesis pertama (H1) dapat **diterima**.

Variabel orientasi kewirausahaan (X2) memiliki nilai P value sebesar 0,000 dan T statistic 7,783 serta original Sampel 0,576. Temuan ini dapat diartikan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM kuliner saji di Kecamatan Padang Utara. Dengan demikian hipotesis kedua (H2) **diterima**.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dikemukakan kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran pada UMKM kuliner saji di Kecamatan Padang Utara. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner saji di Kecamatan Padang Utara.

Diharapkan kepada para pelaku UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Utara untuk meningkatkan orientasi pasarnya guna bisa bersaing dengan para pelaku usaha lainnya agar dapat menarik konsumen dengan meningkatkan nilai produk dan layanan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan.

Disarankan kepada pelaku usaha UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Utara untuk mempertahankan dan meningkatkan orientasi kewirausahaan dengan lebih mengenal pelanggan dan menjalin hubungan yang lebih kuat melalui pelanggan serta menawarkan nilai yang lebih unggul kepada konsumen dari pada tawaran pesaing.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Charles, L., Joel, C., & Samwel, K. C. (2012). Market Orientation and Firm Performance in the Manufacturing Sector in Kenya. In *European Journal of Business and Management* www.iiste.org ISSN (Vol. 4, Issue 10). Online. www.iiste.org
- [2] Han, J. K., Kim, N., & Srivastava, R. K. (1998). *Market Orientation and Organizational Performance: Is Innovation a Missing Link?*
- [3] Soehadi, A.W., (2012). *A ValueCreation Approach*. Jakarta
- [4] Covin, J.G., & Slevin, D.P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Fall, p.7-25
- [5] Porter. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*.
- [6] Sofyan. (2017). Orientasi kewirausahaan, kinerja inovasi dan kinerja pemasaran usaha mikro, kecil dan menengah pada sentra industri tas desa kadugene. [Http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRBM](http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRBM)
- [7] Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R.D*. Bandung. Alfabeta.
- [8] Hair dkk. (2019). *Multivariate Data Analysis Eighth Edition*. www.cengage.com/highered