

# PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA PEMASARAN UMKM KULINER DI KOTA PADANG (STUDI KASUS PADA UMKM KULINER SAJI DI KOTA PADANG)

Yogy Satria<sup>1</sup>, Irda<sup>2</sup>

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail : [yogysatria14@gmail.com](mailto:yogysatria14@gmail.com), [irda@bunghatta.ac.id](mailto:irda@bunghatta.ac.id)

## A. PENDAHULUAN

Perkembangan di era globalisasi sangat bergantung pada sektor ekonomi sebagai ukuran keberhasilan yang dilakukan oleh pemerintah. Peran masyarakat dalam pembangunan nasional, khususnya dalam pembangunan ekonomi, adalah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Posisi UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran penting dan strategis. Kondisi ini sangat dimungkinkan karena keberadaan UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia. Selain itu UMKM mempunyai peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan perekonomian, hal ini disebabkan karena UMKM adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi, sehingga dapat membantu dalam perdagangan yang lebih luas. Jumlah UMKM merupakan suatu potensi besar dalam perekonomian. UMKM menjadi sektor segmen bisnis yang vital dalam mendorong pertumbuhan dan kemajuan ekonomi di Indonesia. Efektivitas pemasaran suatu perusahaan dapat mengungkapkan keberhasilan suatu perusahaan, tidak terkecuali UMKM. Efektivitas pemasaran suatu perusahaan dapat mengungkapkan keberhasilan suatu perusahaan, tidak terkecuali UMKM. Menurut [1] kinerja pemasaran adalah konsep untuk mengukur pengaruh strategi perusahaan sebagai cerminan dari aktivitas

pemasaran yang ada. Orientasi pasar merupakan faktor lain yang mempengaruhi kinerja pemasaran. Orientasi pasar adalah budaya bisnis yang mendorong kinerja dengan menambahkan nilai kepada pelanggan [2]. Menurut [3] mendefinisikan keunggulan bersaing sebagai keunggulan atas pesaing yang dicapai dengan memberikan lebih banyak keuntungan dengan harga yang lebih tinggi atau dengan memberikan nilai yang lebih sedikit.

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini tergolong dalam jenis penelitian kuantitatif, analisis deskriptif diperlukan agar mengetahui tingkat capaian responden (TCR), SmartPLS digunakan sebagai alat pengolahan data dan pengujian hipotesis, maka dari itu diperlukan prosedur *Measurement Model Assessment* (MMA). Menurut [4] MMA berfungsi sebagai uji validitas realibilitas dan uji diskriminan, selanjutnya dilakukan uji R Square, dan pengujian hipotesis digunakan prosedur *Structural Model Assessment* (SMA). Pelaku usaha UMKM kuliner saji di Kota Padang dijadikan sebagai populasi dalam penelitian ini. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 105 responden. *Purpose sampling* adalah tehnik yang digunakan dalam penelitian, dengan penetapan kriteria yang telah ditentukan. Instrumen data menggunakan kuesioner dengan skalalickert lima jawaban [5].

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil Pengujian Hipotesis				
Variabel Penelitian	Original Sample	T-Statistik	P-Values	Kesimpulan
Orientasi Pasar > Kinerja Pemasaran	0.107	2.128	0.033	H <sub>1</sub> Diterims
Keunggulan Bersaing > Kinerja Pemasaran	0.770	13.437	0.000	H <sub>2</sub> Diterima

Berdasarkan hasil uji diatas yang menunjukkan pengujian hipotesis pertama pada variabel orientasi pasar ( $X_1$ ) memiliki nilai original sampel 0.107, dengan nilai T-Statistik  $2.128 > 1.96$  dan nilai P-Values  $0.033 < 0.05$  sehingga  $H_1$  diterima dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner saji di kota padang. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian [6]. Menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Pengujian hipotesis kedua pada variabel

keunggulan bersaing ( $X_2$ ) memiliki nilai original sampel 0.770 dengan nilai T-Statistik  $13.437 > 1.96$ , dan nilai P-Values  $0.000 < 0.05$  sehingga  $H_2$  diterima dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. positif signifikan terhadap kinerja pemasaran. Penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian [7]. Menyatakan keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran.

## D. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan temuan penelitian dan pembahasan yang telah disebutkan sebelumnya, penelitian ini dapat disimpulkan bahwa orientasi Pasar berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran pada UMKM kuliner saji di Kota Padang. Keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran pada UMKM kuliner saji di Kota Padang.

Diharapkan para pelaku UMKM kuliner Saji di Kota Padang meningkatkan orientasi pasarnya agar dapat bersaing dengan pelaku usaha lain dan menarik pelanggan dengan

meningkatkan nilai produk dan layanan sebagai jawaban atas kebutuhan pelanggan, Disarankan agar pelaku usaha UMKM kuliner saji di Kota Padang tetap mempertahankan keunggulan bersaingnya dan mengembangkannya dengan mengenal pelanggan lebih baik, membangun hubungan yang lebih kuat dengan mereka, dan memberikan pelanggan nilai yang lebih baik dari apa yang ditawarkan pesaing.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Gunisto dan Hanfan. (2019) Manajemen Pemasaran Membangun Kinerja Pemasaran UMKM. Semarang: Indonesia Research Society (IRS).

- [2] Narver, J., & Slater, S. 1990. The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, Vol.54.
- [3] Kotler dan Amstrong. 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Edisi Kesembilan, PT. Indeks Gramedia, Jakarta.
- [4] Hair dkk. (2019). *Multivariate Data Analysis Eighth Edition*. [www.cengage.com/highered](http://www.cengage.com/highered)
- [5] Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- [6] Mardiyono, Aris. (2018). *Analisis Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Kota Semarang*. *Serat Acitya – Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 7(1), 82- 90, 2302-2752.
- [7] Nofrizal, N. (2021). Pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran pengrajin rotan Pekanbaru. *Journal of Business and Banking*.