SYNERGY
Jurnal Bisnis dan Manajemen

Vol 2, No 2, Oktober 2022, p. 49-52
e-ISSN: 2777-0346 | p-ISSN: 2777-0354
https://doi.org/10.52364/synergy.v2i2.21

RESEARCH ARTICLE OPEN ACCESS

Orientasi kewirausahaan sebagai upaya meningkatkan kinerja pemasaran khususnya UMKM

Evi Permatasari[1]*

[1,2] Administrasi Bisnis Universitas Islam Riau

*Correspondent email: evipermatasari91@gmail.com

Abstract: *There are important things that can increase the productivity of MSMEs, one of which is entrepreneurial orientation. MSMEs in Indonesia which have an entrepreneurial orientation are still low compared to other countries. Characteristics are determined by several factors inherent in the business owner or can be determined by limitations or sizes inherent in the stage of business development. The shortcomings of MSME actors in Indonesia can be caused by a lack of resources such as money, time, knowledge, and expertise. entrepreneurial orientation is very supportive of the performances of business people or MSMEs. The purpose of this study is to find out how entrepreneurial orientation can be an effort to improve marketing performance, especially for MSMEs. This study uses a descriptive narrative method where the main explanation focuses on the results of the analysis and discussion of theories that are in accordance with the research problem. Entrepreneurial orientation has significant and insignificant implications for the marketing performance of SMEs. Based on the results of the research, entrepreneurial orientation has positive implications for marketing performance. Almost all previous studies say that entrepreneurial orientation has a significant effect on marketing performance. However, if you look deeper, some studies still suggest that entrepreneurial orientation does not have positive implications for marketing performance.*

Keywords: *Entrepreneurial Orientation, Marketing Performance, MSMEs, Entrepreneurship, Performance*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) merupakan sector yang menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia hingga 97 %. UMKM merupakan bagian terpenting dari perekonomian Negara karena UMKM lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja produktif melaui investasi dan perubahan teknologi, UMKM juga lebih fleksibel yang menjadi keunggulan dibandigkan perusahaan besar. Oleh karena itu UMKM sangat berpengaruh dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat dan merupakan sector yang harus diperhatikan.

Peningkatan jumlah UMKM di Indonesia terjjadi selam 3 tahun berturut-turut 2016-2019. Indonesia memiliki 65,5 juta UMKM pada 2019. Jumlah ini meningkat 1,98% dibandingkan tahun 2018 sebanyak 64,2 juta unit UMKM. UMKM juga menyerap 119,6 juta orang atua 96,2 % dari tptal tenaga kerja di Indonesia. Terhadap PDB dengan harga konstan, kontribusi UMKM mencapai 57,14%. Hal ini menjadi potensi besar jika terus dikembangkan oleh pmerintah dan masyarakat. (Kementerian Koperasi & UMKM RI, 2019)

Banyaknya pelaku UMKM ini menjadikan gambaran bahwa sector ini memiliki potensi yang cukup baik dalam menunjang perekonomian. Kinerja yang cukup baik dari UMKM ini terlihat pada saat krisis melanda Indonesia, dengan memberikan kontribusi terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja. Hal ini yang mendasari peningkatan kapasitas UMKM perlu diperhatikan terutama dalam menghadapi era Industri 4.0. pergerakan revolusi 4.0 yang menggema beberapa tahun ini brdampak pada perubahan cara kerja di berbagai bidang terutama dibidang bisnis.(Cahyani et al., 2021)

Terdapat satu hal penting yang bisa jadi meningkatkan produktivitas UMKM yaitu salah satunya adalah orientasi kewirausahaan. UMKM yang memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi ditandai dengan adanya kemauan yang keras, keberanian mengambil resiko, dan juga memiliki kreativitas dalam menjalankan bisnisnya. Kemampuan ini akan meningkatkan kinerja UMKM. Permasalahan yang sering dihadapi oleh para UMKM dari perspektif individu adalah rendahnya pengetahuan tentang bisnis, kurangnya keberanian dan juga kurangnya inovasi dalam menjalankan bisnis.

Vol 2, No 2, Oktober 2022, p. 49-52
e-ISSN: 2777-0346 | p-ISSN: 2777-0354
https://doi.org/10.52364/synergy.v2i2.21

UMKM di Indonesia masih memiliki orientasi pada kewirausahaan terbilang masih rendah dibandingkan dengan negara lain. Karakteristik dapat ditentukan oleh beberapa faktor yang melekat pada pemilik usaha, atau dapat ditentukan oleh keterbatasan maupun ukuran yang melekat pada tahap perkembangan usaha. Kekurangan yang dimiliki oleh pelaku UMKM di Indonesia tersebut dapat disebabkan oleh kurangnya sumber daya seperti uang, waktu, pengetahuan, dan keahlian mereka. Dalam hal ini, orientasi pasar dan kewirausahaan sangat mendukung akan kinerja-kinerja para pelaku bisnis atau UMKM. Kinerja dapat diartikan sebagai tingkat kesuksesan sebuah organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Sulaeman, 2018) menyatakan bahwa pelaku UMKM yang berorientasi kewirausahaan memiliki kinerja perusahaan yang lebih tinggi, khususnya pada kinerja pemasaran. kinerja pemasaran. Sebuah penelitian yang mengkaji orientasi kewirausahaan dengan pertumbuhan UMKM juga dilakukan oleh (Shafariah et al., 2016), yang menyimpulkan orientasi kewirausahaan berpengaruh besar kepada pertumbuhan UMKM secara positif. Artinya semakin bagus orientasi kewirausahaan, maka semakin bagus pula kinerja UMKM. Hal ini memberikan makna bahwa orientasi kewirausahaan yang mencakup kreativitas dan keinovatifan, keberanian dalam mengambil resiko dan proaktif sangat diperlukan untuk meningkatkan pertumbuhan maupun profitabilitas UMKM. Dengan kata lain tanpa adanya kreativitas dan keinovatifan, keberanian mengambil resiko dan keproaktifan dari seorang pemilik usaha, hal ini akan berdampak terhadap penurunan kinerja dari UMKM. Oleh karena itu orientasi kewirausahaan memiliki efek maupun pengaruh yang positif terhadap kinerja maupun pertumbuhan UMKM. Tujuan dari penelitian ini ingin mengetahui bagaimana orientasi kewirausahaan dapat menjadi upaya untuk meningkatkan kinerja pemasaran khususnya UMKM

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi review dan menganalisis orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode naratif deskriptif dimana penjelasan utamanya menitik beratkan pada hasil analisa dan pembahasan teori yang sesuai dengan masalah penelitian. Narasi yang diambil merupakan pokok utama pembahasan dari penelitian ini yaitu tentang pengembangan orientasi kewirausahaan yang bertujuan untuk menciptakan wirausaha yang kompetitif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik dari satu variable atau lebih (independen) (Sugiyono, 2014).

Penelitian ini tidak menghubungkan satu variabel dengan variabel yang lain. Penelitian ini hanya fokus pada program pengembangan orientasi kewirausahaan. Penelitian ini menganalisis sejumlah dokumen penelitian terkait program pengembangan orientasi kewirausahaan dari berbagai sektor industri. Hal ini sengaja dilakukan dengan tujuan untuk melakukan studi peran program pengembangan orientasi kewirausahaan dalam menghasilkan wirausaha yang kompetitif dan berdaya saing tinggi. Artikel ini membandingkan dan mengolah informasi tentang pengembangan orientasi kewirausahaan dari beberapa buku dan hasil penelitian terkait sebelumnya sehingga menghasilkan suatu kesimpulan menyeluruh tentang asas manfaat dari program pengembangan orientasi kewirausahaan dalam menciptakan wirausaha yang kompetitif. Data penelitian diambil dari data sekunder dan dari beberapa literatur yang dianggap mendukung topik penelitian. Dokumen yang didapat meliputi buku, artikel penelitian, berita dari media masa, transkrip, dan lain sebagainya. Analisis data dilakukan dengan cara interpretatif dimana data yang diperoleh dicari keterkaitannya lalu kemudian dibuat kesimpulannya dan sesuai dengan topik penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengamatan yang kami lakukan dan melakukan peninjauan terhadap penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebelumnya kami menemukan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki implikasi yang signifikan dan tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM. Dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh (Sari et al., 2020) yang mengemukakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Nursinggih & Faridah, 2019) yang orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja pemasaran.

Penelitian yang dilakukan oleh (Mustari et al., 2021) mengemukakan bahwa orientas kewirausahaan dengan indicator arah inovasi berdampak positif dan sangat besar terhadap kinerja UMKM UMKM. Hasil ini mengimplikasikan bahwa inovasi dan atribut bisnis yang inovatif merupakan

Vol 2, No 2, Oktober 2022, p. 49-52
e-ISSN: 2777-0346 | p-ISSN: 2777-0354
https://doi.org/10.52364/synergy.v2i2.21

faktor- faktor yang berperan penting dalam meningkatkan kinerja pemasaran. UMKM tersebut akan semakin tinggi. Begitu pula sebaliknya dimana semakin rendah orientasi kewirausahaan seorang pelaku UMKM, maka semakin rendah kinerja pemasaran UMKM. Memiliki arah giat yang solid. Akan membantu organisasi dalam membuat pemikiran inovatif, memasuki pasar,.dan mengambil resiko yang pada akhirnya akan membantu UMKM untuk menjadi pemimpin pasar.

Penelitian yang dilakukan oleh (Amrulloh, 2017) mengemukakan bahwa Orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Hal tersebut menyatakan bahwa semakin tinggi orientasi kewirausahaan maka semakin tinggi kinerja pemasaran. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Hajar & Sukaatmadja, 2016) hasil penelitiannya adalah orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran took.

Penelitian yang dilakukan oleh (Manahera et al., 2018) orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh (Gradistya & Farida, 2016) mengemukakan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung antara orientasi kewirausahaan dan kinerja pemasaran melalui inovasi.

Penelitian yang dilakukan oleh (Fatmawati 2016) mengemukakan bahwa terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran. orientasi kewirausahaan menjadi suatu makna yang dapat diterima untuk menjelaskan kinerja usaha. Orientasi kewirausahaan bertumpu pada sikap penuh inovasi, proaktif dan keberanian mengambil risiko. Inovatif mengacu pada suatu sikap wirausahawan untuk terlibat secara kreatif dalam proses percobaan terhadap gagasan baru yang memungkinkan menghasilkan metode produksi baru sehingga menghasilkan produk baru, baik untuk pasar sekarang maupun ke pasar baru.

Penelitian yang dilakukan oleh (Priatin et al., 2017) mengemukakan bahwa Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Cahyani et al., 2021) mengemukakan bahwa orientasi kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Penelitian yang dilakukan oleh (Wirawan, 2017) mengemukakan bahwa orientasi kewira- usahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Penelitian yang dilakukan oleh (Sulaeman 2018) mengemukakan bahwa terdapat pengaruh positif orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran. Penelitian yang dilakukan oleh (Mujahidah & Wiwoho, 2021) mengemukakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Artinya semakin tinggi orientasi kewirausahaan maka kinerja pemasaran juga akan meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh (Zuliasanti et al., 2020) mengemukakan bahwa terdapat pengaruh positif orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran. Penelitian yang dilakukan oleh (Nizam et al., 2020) mengemukakan bahwa secara parsial orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan pengamatan yang dilakukan terhadap penilitian terdahulu yag dilakukan kami menemukan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki implikasi yang positif terhadap kinerja pemasaran. Hampir semua penelitian terdahulu mengatakan bahwa oriebtasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. Namun jika dilihat lebih dalam masih ada beberapa penelitian yang mengemukakan bahwa orientasi kewirausahaan tidak memiliki implikasi positif terhadap kinerja pemasaran tentu saja itu akan menjadi temuan hal itu menunjukkan bahwa masih ada UMKM yang belum sepenuhnya menerapkan orientasi kewirausahaan pada usaha yang dijalankannya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih atas bimbingan, arahan dan saran yang diberikan oleh tim jurnal, sehingga artikel ini layak terbit. Kepada semua pihak yang telah membantu penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Amrulloh, F. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Dan Inovasi Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus UMKM Kerajinan Logam Di Kabupaten Tegal).*Diponegoro Journal Of Sosial and Political Science*: 1–12.

Cahyani, A.A., Syahrir, M., & Amir, M. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk,

Vol 2, No 2, Oktober 2022, p. 49-52
e-ISSN: 2777-0346 | p-ISSN: 2777-0354
https://doi.org/10.52364/synergy.v2i2.21

Keunggulan Bersaing, Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Makassar." *PARADOKS : Jurnal Ilmu Ekonomi* 4(1): 219–32.

Fatmawati, R. A. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran Pada Warung Kucingan/Angkringan Di Kota Semarang." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 5(3): 351–52.

Gradistya, G.O., & Naili, F. (2016). Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada UMKM Batik Di Jawa Tengah) Email : Giskaova@Gmail.Com Pendahuluan Perubahan Yang Begitu Cepat Terjadi Baik Dalam Hal Teknologi , Kebutuhan Pelanggan , Dan." *Jurnal Administrasi Bisnis*.

Hajar, S., & Sukaatmadja, I.P.G. (2016). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran." *E-Jurnal Manajemen Unud*5(10):6580–6609. https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/23687/15756.

Manahera, M. M., Silcyljeova, M., & Hendra, N.T. (2018). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk Dan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Umkm Nasi Kuning Di Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 6(4): 3603–12.

Mujahidah, R. M., & Gunarso, W. (2021). Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)* 3(5): 960–75. http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/article/view/946.

Mustari., Arisah, N., Thaief, I., Fatmawati.,Hasan, M. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Makassar. *Proceeding Teknologi Pendidikan Seminar Daring Nasional 2021: Digital Generation For Digital Nation* 1(8): 165–77.

Nizam, M.F., Mufidah, e., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm. *Jurnal EMA* 5(2): 100–109.

Nursinggih, A.R., & Farida, N. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk (Studi Pada UMKM Rogo-Rege Kabupaten Semarang)." *JIAB: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 8(4): 1–12. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/24788.

Priatin, Y., Djasuro, S., & Indra, S. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Kelompok Usaha Bersama (KUB) Gerabah Di Desa Bumi Jaya Kecamatan Ciruas Kabupaten Serang). *JRBM Tirtayasa: : Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa,* 1(1): 81–96. https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRBM/article/view/2609.

Sari, F.A.P.W., & Naili F. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada UMKM Kuningan Juwana Kabupaten Pati)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 10(10): 345–52.

Sulaeman, M. (2018). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Tahu Di Sentra Industri Tahu Kota Banjar). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi* 2(1): 154–66.

Wirawan, Y. R. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Batik Di Kabupaten Jombang. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya* 5(1): 56.

Zuliasanti, K., Rusdarti, R., & Wijang, S. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Ukm." *Business and Accounting Education Journal* 1(1): 73–83.