

SKRIPSI

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, ORIENTASI PASAR
DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA
UMKM**

(Pada Pelaku UMKM Jasa di Kecamatan Koto Tangah, Kota Padang)



OLEH :

ABDUL FADIL

2110011211030

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
TAHUN AKADEMIK 2025**

HALAMAN PENGESAHAN

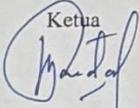
PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, ORIENTASI PASAR DAN
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA UMKM PADA
PELAKU UMKM JASA DI KOTO TANGAH, KOTA PADANG

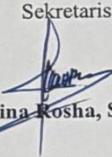
Oleh

Nama: Abdul Fadil

NPM: 2110011211030

Tim Penguji

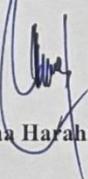
Ketua

(Irda, S.E., MA)

Sekretaris

(Zeshasina Kosha, S.E., M.Si)

Anggota

(Dahlia Kamener, B.S., MBA., Ph.D)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
pada tanggal 21 Agustus 2025

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta
Dekan

(Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M. Si)



JUDUL SKRIPSI

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, ORIENTASI PASAR DAN
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA UMKM PADA
PELAKU UMKM JASA DI KOTO TANGAH, KOTA PADANG

Oleh

Nama: Abdul Fadil

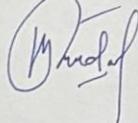
NPM: 2110011211030

Telah dipertahankan di depan TIM Penguji

Pada tanggal 21 Agustus 2025

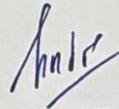
Menyetujui

Pembimbing



(Irda, S.E., MA)

Ketua Program Studi



(Linda Wati, S.E., M.Si)

PERNYATAAN

Dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul **“Pengaruh Strategi Pemasaran, Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Umkm Jasa di Kecamatan Koto Tangah, Kota Padang”** ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak terdapat Sebagian atau keseluruhan dalam skripsi ini karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Padang, 05 agustus 2025

Abdul Fadil

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA UMKM

(Pada Pelaku Umkm Jasa di Kecamatan Koto Tengah, Kota Padang)

Abdul Fadil¹, Irda²

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email: 1) afadil010703@gmail.com, 2) Irda@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh strategi pemasaran, orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM jasa di Kota Padang. Pada penelitian ini yang menjadi sampel adalah beberapa pemilik UMKM jasa di Kecamatan Koto Tengah. Metode pengumpulan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu dengan jumlah sampel 80 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan secara langsung kepada masyarakat UMKM jasa di Kota Padang Kec Koto Tengah. Metode analisis data yang digunakan adalah SMART-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran, orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM jasa di Kecamatan Koto Tengah.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan kinerja UMKM jasa.

**THE EFFECT OF MARKETING STRATEGY, MARKET ORIENTATION
AND ENTREPRENEURIAL ORIENTATION ON UMKM
PERFORMANCE**

(For MSME Service Actors in Koto Tengah District, Padang City)

Abdul Fadil¹ , Irda²

Departement of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta
University

Email: 1) afadil010703@gmail.com , 2) Irda@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of marketing strategy, market orientation, and entrepreneurial orientation on the performance of service-based Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Padang City. The sample in this study consists of several owners of service MSMEs located in Koto Tengah District. The sampling method used is purposive sampling based on predetermined criteria, with a total sample of 80 respondents. Data collection was carried out through the distribution of questionnaires directly to service MSME actors in Koto Tengah District, Padang City. The data analysis method used is SMART-PLS. The results of this study indicate that marketing strategy, market orientation, and entrepreneurial orientation have a positive effect on the performance of service MSMEs in Koto Tengah District.

Keywords: Marketing strategy, market orientation, entrepreneurial orientation, service MSME performance.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Strategi Pemasaran, Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM jasa di Kecamatan Koto Tangah”**. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa memberikan suri tauladan yang baik bagi seluruh umat, khususnya penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan, dorongan, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof, Dr. Diana Kartika selaku Rektor Universitas Bung hatta.
2. Ibu Dr. Erni Febriani Harapan, S.E., M.SI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
3. Ibu Lindawati, S.E., M.SI dan Ibu Wiry Utami, SE., M.SC selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
4. Ibu Irda, S.E., M.A selaku pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam memberikan bimbingan berupa ilmu, petunjuk, serta saran-saran yang sangat penulis butuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama perkuliahan, serta para karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang telah membantu kelancaran administrasi dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Almarhum bapakku tercinta yang sudah lebih dulu dipanggil oleh yang kuasa pada saat penulis memasuki semester 8 pada awal pembuatan skripsi ini, namun rasa sayang kepada beliau tidak pernah berkurang,

terimakasih banyak atas semua perjuangan dan semangat yang tidak ada hentinya yang di berikan kepada penulis semasa hidupmu, penulis bisa berada ditahap ini sebagaimana mewujudkan keinginan beliau yang sangat menginginkan putranya ini menyanggah gelar sarjana. Meskipun pada akhirnya harus melewati sendiri, maka Bersama ini sebagai anak atau putra yang ke 4 dari 6 bersaudara penulis mempersembahkan skripsi dan gelar sarjana ini seutuhnya kepada bapak tercinta.

7. Ibunda tercintaku, Perempuan hebat yang sekaligus menjalankan dua peran orang tua bagi 6 orang anaknya. Terimakasih sudah bertaruh nyawa dan segenap tenaga agar penulis dapat terlahir di dunia ini, dengan keikhlasan dan kesabaran membesarkan penulis dan dalam doa yang tak pernah terlupa disetiap harinya, beliau memang tidak merasakan Pendidikan sampai bangku perkuliahan, tapi beliau menginginkan anaknya sarjana. Terima kasih juga selalu menemani penulis sehingga penulis bisa berada dititik ini.
8. Kepada saudara penulis Jerry, Viki, Beben, Fatri dan Hasim, terimakasih karena selalu memberikan support yang tiada hentinya untuk menginginkan penulis mendapatkan gelar sarjana, dan terimah kasih atas support baik secara materi maupun non materi, dan yang selalu mengingatkan untuk terus semangat dalam menyelesaikan tugas yang sedang dijalankan.
9. Kepada almarhum nenek yang telah dipanggil yang kuasa pada saat penulis memasuki semester 3, terimakasih selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis untuk mencapai dan mendapatkan gelar sarjana.
10. Terimakasih kepada kakek penulis yang selalu meberikan semangat dan support kepada penulis hingga saat ini.
11. Terimakasih penulis ucapakan kepada adik-adik dari ibunda penulis yang selalu memberikan semangat, bantuan dan dukungan kepada penulis sehingga penulis sampai dititik sekarang ini.

12. Kepada keluarga-keluarga besar, penulis ucapkan terimakasih sedalam dalam nya yang selalu mendukung dan membantu penulis dan memberikan semangat kepada penulis untuk mencapai gelar sarjana penulis.
13. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya Dinda Yuntria. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu kepada penulis, telah menjadi pendamping dalam segala hal yang menemani, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah, memberikan semangat untuk pantang menyerah, bahwa penulis bisa mencapai impian-impian penulis.
14. Terimakasih kepada teman-teman yang mendukung penulis dalam pengerjaan skripsi ini, yang menghadirkan canda tawa, hiburan serta motivasi yang membuat penulis bersemangat.
15. Terimakasih untuk semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
16. Abdul fadil, diri penulis sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum mencapai kesempurnaan, sehingga masih terdapat berbagai kekurangan di dalamnya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan masukan serta saran yang membangun dari berbagai pihak sebagai bahan perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Aamiin Ya Rabbal'Alamiin. Terimakasih.

Padang, 05 Agustus 2025

Abdul Fadil

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	9
KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	9
2.1 Kajian Literatur.....	9
2.1.1 Kinerja UMKM.....	9
2.1.1.1 Pengertian Kinerja UMKM.....	9
2.1.1.2 Pentingnya Kinerja UMKM.....	10
2.1.1.3 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja UMKM.....	10
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	12
2.1.2.1 Pengertian Strategi Pemasaran.....	12
2.1.2.2 Pentingnya Startegi Pemasaran.....	13
2.1.3 Orientasi Pasar.....	15
2.1.3.1 Pengertian Orientasi Pasar.....	15
2.1.3.2 Pentingnya Orientasi Pasar.....	16
2.1.4 Orientasi Kewirausahaan.....	17
2.1.4.1 Pengertian Orientasi Kewirausahaan.....	17
2.1.4.2 Pentingnya Orientasi Kewirausahaan.....	18
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	19
2.2.1 Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja UMKM.....	19

2.2.2 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM.....	20
2.2.3 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM.....	21
2.3 Kerangka Konseptual.....	22
BAB III.....	24
METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Jenis Metode Penelitian	24
3.2 Objek, Populasi dan Sampel Penelitian	24
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.4 Defini Operasional Variabel	25
3.4.1 Kinerja UMKM	25
3.4.2 Strategi Pemasaran.....	26
3.4.3 Orientasi Pasar.....	27
3.4.4 Orientasi Kewirausahaan.....	27
3.5 Teknik Analisis Data	28
3.5.1 Measurement Model Assessment.....	28
3.5.2 Analisis Deskriptif.....	29
3.5.3 R Square.....	31
3.5.4 Structural Model Assessment.....	31
BAB IV	33
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Hasil Analisis	33
4.1.4 Response rate	33
4.1.2 Profil Responden.....	34
4.1.3 Measurement Model Assessment.....	37
4.1.3.1 Convergent Validity	37
4.1.3.2 Discriminant validity.....	40
4.1.4 Analisis Deskriptif.....	43
4.1.4.1 Kinerja UMKM.....	43
4.1.4.2 Strategi pemasaran	44
4.1.4.3 Orientasi pasar.....	45
4.1.4.4 Orientasi kewirausahaan	46
4.1.5 Analisis R Square	47
4.1.6 Structural Model Asseement	47
4.2 Pembahasan.....	50

4.2.1 Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Kinerja UMKM	50
4.2.2 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM.....	51
4.2.3 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM.....	51
BAB V	53
PENUTUP	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Implikasi Penelitian	53
5.3. Keterbatasan dan saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan UMKM Jasa di Koto Tengah Tahun 2021-2024.....	4
Tabel 1. 2 Fenomena Kinerja UMKM pada UMKM di Kecamatan Koto Tengah Kota Padang	5
Tabel 3. 1 Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR).....	31
Tabel 3. 2 Kriteria R Square.....	32
Tabel 4. 1 Response rate.....	33
Tabel 4. 2 Profil responden	34
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Outer Loadings (Tahap 1)	38
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Outer Loadings (Tahap 2)	39
Tabel 4. 5 Hasil analisis Cronbach's Alpha, Composite Reliability, dan AVE.....	40
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Disriminant Validity Metode Fornell-Lacker Criterion	41
Tabel 4. 7 Hasil Discriminant Validity dengan Metode Cross Loadings	42
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Kinerja UMKM	43
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Strategi Pemasaran.....	44
Tabel 4. 10 Deskripsi Variabel Orientasi Pasar	45
Tabel 4. 11 Deskripsi Variabel Orientasi Kewirausahaan	46
Tabel 4. 12 Hasil Analisis R Square.....	47
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Structural Model Assessment.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	23
Gambar 4.1 Structural Model Assessment (Tahap 2).....	48

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN.....	61
LAMPIRAN II TABULASI DATA	65
LAMPIRAN III PROFIL RESPONDEN.....	66
LAMPIRAN IV DESKRIPSI VARIABEL.....	68
LAMPIRAN V MEASUREMENT MODEL ASSESSMENT (Tahap 1).....	70
LAMPIRAN VI R SQUARE	75
LAMPIRAN VII STRUCTURAL MODEL ASSESSMENT (SMA).....	76

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Tingkat daerah seperti Kota Padang. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Namun, dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, UMKM dihadapkan dengan berbagai tantangan, salah satunya adalah persaingan yang semakin ketat. Untuk dapat bersaing, UMKM perlu melakukan upaya-upaya strategis untuk meningkatkan kinerjanya. (Dzisi & Ofosu1, 2014)

UMKM tidak hanya berperan dalam menciptakan lapangan kerja, tetapi juga dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, salah satu sektor UMKM yang terus berkembang adalah UMKM di bidang jasa, yang mencakup berbagai jasa seperti barbershop, laundry, foto copy, servis elektronik hingga jasa perawatan mobil. UMKM Kecamatan Koto Tangah sebagai wilayah terluas di Kota Padang memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM, khususnya sektor jasa.

Dengan jumlah penduduk yang tinggi dan mobilitas Masyarakat yang dinamis, kebutuhan terhadap berbagai layanan jasa pun meningkat.

Namun, di Tengah persaingan yang semakin yang semakin ketat dan perubahan perilaku konsumen, tidak semua pelaku UMKM jasa mampu bertahan dan berkembang secara optimal. Dalam menghadapi tantangan tersebut, pelaku

UMKM jasa di Koto Tangah dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang tepat, orientasi pasar yang kuat, serta jiwa kewirausahaan yang adaptif dan inovatif. Masih banyak UMKM jasa di Koto Tangah yang menjalankan usaha secara Konvensional, tanpa perencanaan pemasaran yang matang maupun pemahaman yang mendalam terhadap pasar. hal ini berdampak pada kinerja usaha yang kurang optimal, seperti rendahnya pendapatan, pelanggan yang tidak stabil, hingga kesulitan dalam bersaing.

Salah satu upaya strategis yang dapat dilakukan oleh UMKM adalah dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran yang tepat akan membantu UMKM untuk menjangkau pelanggan yang tepat, membangun citra merek yang kuat, dan meningkatkan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh strategi pemasaran dan orientasi pasar terhadap kinerja UMKM. (Triapnita Nainggolan et al., 2021). Strategi pemasaran yang tepat dapat membantu UMKM untuk mencapai tujuan bisnisnya. Strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh UMKM antara lain adalah strategi pemasaran tradisional seperti iklan dan promosi, dan strategi pemasaran digital seperti media sosial dan e-commerce. (Anggraini et al., 2021)

Orientasi pasar adalah pendekatan strategis yang ditandai dengan berbagai perilaku dan aktivitas yang menekankan fokus kuat pada pelanggan di UKM, koordinasi pemasaran di seluruh bagian organisasi, serta orientasi pada profitabilitas. Menurut (Tsai, 2017) Menurut Tsai (2017), terdapat tiga kelompok utama kegiatan yang berkaitan dengan orientasi pasar, yaitu: (1) *generasi intelijen*, yang mencakup proses mengumpulkan dan mengevaluasi kebutuhan atau

preferensi pelanggan serta faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan dan penyempurnaan kebutuhan tersebut; (2) *diseminasi intelijen*, yaitu proses dan tingkat pertukaran informasi pasar di dalam suatu organisasi; dan (3) *responsivitas*, yakni tindakan yang dilakukan sebagai respons terhadap informasi pasar yang telah dihasilkan dan disebarkan. (Tsai, 2017) juga menegaskan bahwa orientasi pasar berdampak positif secara signifikan terhadap kinerja organisasi, baik dalam hal peningkatan pangsa pasar, penjualan, maupun laba.

Penelitian yang dilakukan oleh (Tsai, 2017) menunjukkan bahwa orientasi pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Temuan tersebut sejalan dengan pernyataan (Tsai, 2017) yang menegaskan bahwa kemampuan dalam menerapkan orientasi pasar dapat secara nyata meningkatkan kinerja perusahaan.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis dalam upaya mengembangkan strategi pemasaran yang efektif bagi UMKM. Dari sisi teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh strategi pemasaran, orientasi pasar, serta orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM. Sementara itu, dari sisi praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku UMKM dalam merancang strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan kinerja bisnis mereka (Sumiati, 2015).

Tabel 1.1
Perkembangan UMKM Jasa di Koto Tengah Tahun 2021-2024

Tahun	UMKM jasa di Koto Tengah
2021	610
2022	566
2023	623
2024	722

Sumber: Data Base koperasi dan UMKM Kota Padang

Berdasarkan tabel di atas, pada tahun 2021, jumlah UMKM jasa di Kecamatan Koto tengah dan dijadikan binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang berjumlah 610, pada tahun 2022 berjumlah 566 UMKM jasa di Kecamatan Koto tengah dan mengalami penurunan sebanyak 44 pelaku usaha UMKM jasa, pada tahun 2023 berjumlah 623 UMKM jasa di Kecamatan Koto Tengah yakni mengalami peningkatan UMKM jasa sekitar 57 pelaku usaha UMKM jasa di Kecamatan Koto Tengah dan pada tahun 2024 berjumlah 722 pelaku UMKM jasa di Kecamatan Koto Tengah yaitu mengalami peningkatan kembali sebanyak 99 pelaku UMKM jasa.

Maka bisa kita lihat dari data di atas bahwa UMKM jasa di Kecamatan koto tengah Kota Padang juga mengalami penurunan pelaku UMKM jasa pada tahun 2022 dari tahun 2021.

Untuk mengetahui fenomena Kinerja Umkm jenis jasa di Kota Padang, maka dilakukan survei awal terhadap 30 responden terhadap pemilik jenis jasa di koto tengah dan didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.2

Fenomena Kinerja UMKM pada UMKM di Kecamatan Koto Tengah Kota Padang

No	Pernyataan	Jawaban					Skor Total	Rata-Rata
		STS	TS	N	S	SS		
1	Bisnis kami selalu mengalami keuntungan dalam tiga tahun terakhir	1	8	5	8	8	104	3,46
2	Pendapatan pribadi dari bisnis ini mengalami pertumbuhan	3	5	9	6	7	99	3,3
3	Dalam 12 bulan terakhir bisnis telah mencapai sasarannya	2	7	6	9	6	100	3,33
4	Penjualan produk mengalami pertumbuhan	2	6	9	8	5	98	3,26
Rata-Rata								3,34
Tingkat Capaian Responden (TCR)								66,8%

Sumber: (Data diolah, 2025)

Pada table 1.2 survei awal dilakukan, skor rata rata jawaban responden yaitu 3,34 dengan Tingkat pencapain responden (TCR) sebesar 66,8% sehingga dapat diartikan bahwa kinerja UMKM jasa di Koto tengah untuk pelaku UMKM masih dalam kategori cukup tinggi (Arikunto, 2006)

Penelitian ini melakukan metode **Pengembangan** atas (Tirtayasa et al.,2021) Dimana dalam penelitian tersebut yang dijadikan variabel bebas nya hanya strategi pemasaran variabel terikatnya adalah kinerja umkm. Dengan begitu saya mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel bebasnya yaitu orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan didukung oleh penelitian (Elvina,2020) yang menemukan bahwa orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan juga berpengaruh terhadap kinerja umkm.

Berdasarkan uraian-uraian sebelumnya, peneliti tertarik melakukan penelitian empiris dengan judul “Pengaruh Strategi Pemasaran, Orientasi Pasar

dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Umkm” (Pada Pelaku Umkm di Koto tengah Kota padang).

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah di sampaikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah strategi pemasaran berpengaruh terhadap kinerja UMKM jasa di Koto Tengah?
2. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja UMKM jasa di Koto Tengah?
3. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM jasa di Koto Tengah?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dari perumusan masalah yang telah disampaikan sebelumnya, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Apakah strategi pemasaran berpengaruh terhadap kinerja UMKM jasa di Koto Tengah.
2. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja UMKM jasa di Koto Tengah.
3. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM jasa di Koto Tengah.

1.4 Manfaat Penelitian

Secara umum, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Kedua manfaat tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat menjadi acuan atau referensi bagi peneliti dimasa yang akan mendatang yang juga tertarik untuk meneliti sejumlah factor yang dapat mempengaruhi kinerja UMKM

2. Manfaat Praktis

Dilihat dari sisi praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa kalangan antara lain:

- a. Bagi peneliti, penelitian ini menjadi bahan masukan untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang strategi pemasaran, orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Koto Tangah, Kota Padang.
- b. Bagi Perusahaan, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan atau bahan pendukung Keputusan untuk masalah yang dihadapi terutama untuk memperhatikan strategi pemasaran, orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan agar dapat mengoptimalkan kinerja UMKM.

- c. Bagi peneliti lain, peneliti dapat digunakan sebagai referensi yang dapat menjadi bahan perbandingan dalam melakukan penelitian dimasa yang akan datang.