

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI PASAR
TERHADAP KINERJA PEMASARAN UMKM KULINER**

(Studi Pada UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang)



OLEH:

ANRYFESTU INDRIA

2010011211121

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA**

PADANG

2024

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI PASAR
TERHADAP KINERJA PEMASARAN UMKM KULINER (STUDI KASUS
UMKM KULINER SAJI DI KECAMATAN LUBUK BEGALUNG KOTA
PADANG)

Oleh:

Nama: Anryfestu Indria

NPM: 2010011211121

Tim Penguji

Ketua

(Zeshasina Rosha S.E M.Si)

Sekretaris

(Dahlia Kamener, B.S/
MBA., PhD)

Anggota

(Mery Trianita, S.E., MM)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada tanggal 8 Agustus 2024

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta

Dekan

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

JUDUL SKRIPSI

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI
PASAR TERHADAP KINERJA
PEMASARAN UMKM KULINER (STUDI
KASUS UMKM KULINER SAJI DI
KECAMATAN LUBUK BEGALUNG
KOTA PADANG)

Oleh:

Nama: Anryfestu Indria

NPM: 2010011211121

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada Tanggal 8 Agustus 2024

Menyetujui

Pembimbing

(Zeshasina Resha S.E M.Si)

Ketua Program Studi

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

PERNYATAAN

Dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner (Studi pada UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang)” merupakan hasil karya saya dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertentu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Padang, Agustus 2024

Anryfestu Indria

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT. yang maha pengasih dan maha penyayang, tidak ada daya upaya dan kekuatan kecuali berasal dari-Nya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kehadiran nabi agung Muhammad SAW. Berkat karunia dan pertolongan dari Allah SWT, akhirnya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran UMKM kuliner (Studi pada UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang)”** sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

Perjalanan Panjang telah dilalui penulis dalam rangka menyelesaikan penulisan skripsi ini. Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing Ibu Zeshasina Rosha S.E M.Si., yang telah memberikan arahan dan bimbingan dengan kesebaran yang besar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maka dari itu dengan rasa hormat, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kesabaran yang sangat besar bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini tanpa bantuan-Nya, mungkin penulis tidak akan mempunyai kekuatan

untuk terus berusaha menyelesaikan skripsi ini.

2. Papa tercinta superheroku Rinaldi, terima kasih selalu menjaga penulis dalam doa-doa dan kasih sayang papa serta berjuang untuk memenuhi semua kebutuhan tanpa ada kekurangan dalam kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan namun beliau mampu mendidik, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
3. Mama tercinta pintu surga dan panutanku Yeni Fersita , terima kasih sebesar-besarnya atas segala doa, motivasi, keikhlasan, kesabaran dan pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis, terima kasih telah berperan sebagai sosok mama serta sekaligus sosok papa yang kuat dalam kehidupan penulis yang telah berjuang juga untuk memenuhi semua kebutuhan tanpa adanya kekurangan dalam kehidupan penulis, yang tidak henti-hentinya memberikan perhatian kasih sayang dengan penuh cinta, menghibur dalam kesedihan dan memeberi semangat untuk terus maju tanpa kenal kata menyerah dalam segala hal untuk meraih yang menjadi impian penulis.
4. Ibu Prof. Dr. Diana Kartika selaku Rektor Universitas Bung Hatta.
5. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta dan Ibu Herawati, S.E., M.Si., Ak.CA selaku wakil Dekan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

6. Ibu Linda Wati, S.E., MSi selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
7. Bapak Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc selaku sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
8. Segenap Dosen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan kepada penulis, serta staf karyawan dan karyawan Universitas Bung Hatta yang telah memberikan bantuan dan kelancaran dalam penulis menyelesaikan skripsi.
9. Terima kasih kepada Rezki Lanuara Ryfes, selaku abang kandung peneliti yang selalu memberikan semangat dan dukungan agar peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini dengan hasil yang membanggakan keluarga.
10. Terima kasih kepada Irza dan Sarah, yang sudah dianggap kakak bagi penulis, yang menemani penulis dalam keadaan suka maupun duka dan selalu menjadi support system penulis pada hari yang tidak mudah selama proses perkuliahan pengerjaan skripsi. Terima kasih telah mendengarkan keluh kesah dan memberikan dukungan, semangat, tenaga, materi maupun bantuan dan sabar kepada penulis.
11. Terima kasih kepada teman-teman akrab, (Viona Adea Nesya, Daratul Baidah, Annisa Sabran, Lung Lung Anisa Khoiriyah) yang penulis kenali semenjak semester awal kuliah di Universitas Bung Hatta, hingga saat ini kita masih kompak dan saling menasehati,

memberikan motivasi, menemani, dan saling tolong-menolong dalam masa skripsian.

12. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan Angkatan 2020 yang telah kebersamai pada masa perkuliahan yang tidak bisa saya sebut satu persatu.

Penulis,

Anryfestu Indria

**PENGARUH *ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN* DAN *ORIENTASI PASAR*
TERHADAP *KINERJA PEMASARAN* UMKM KULINER**

**(Studi Pada UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Lubuk Begalung Kota
Padang)**

Anryfestu Indria, Zeshasina Rosha S.E., M.Si

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail: anryfestu31@gmail.com, zeshasina.rosha@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh *Orientasi Kewirausahaan* dan *Orientasi Pasar* terhadap *Kinerja Pemasaran* UMKM kuliner saji di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM kuliner saji di kecamatan Lubuk Begalung dengan jumlah sampel 100 orang. Pengambilan sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah *non-probability* sampling dengan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus *Slovin*. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan program *smart PLS*. Dari hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa *Orientasi Kewirausahaan* dan *Orientasi Pasar* berpengaruh positif terhadap *Kinerja Pemasaran* UMKM kuliner saji di Kecamatan Lubuk Begalung.

Kata kunci: *Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Kinerja Pemasaran*

**THE INFLUENCE OF *ENTREPRENEURIAL ORIENTATION* AND
MARKET ORIENTATION ON THE *MARKETING PERFORMANCE* OF
CULINARY UMKM**

(Study of Culinary Food MSMEs in Lubuk Begalung District, Padang City)

Anryfestu Indria, Zeshasina Rosha S.E., M.Si

Department of Management, Economics and Business, Faculty of Bung Hatta

Email: anryfestu31@gmail.com, zeshasina.rossha@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This research aims to explain the influence of *Entrepreneurial Orientation* and *Market Orientation* on the *Marketing Performance* of culinary food UMKM in Lubuk Begalung District, Padang City. The population used in this research is culinary food UMKM businesses in Lubuk Begalung sub-district with a sample size of 100 people. The sampling used for this research was *non-probability* sampling with a sampling technique using the *Slovin* formula. The data analysis method in this research uses the *smart PLS* program. The partial research results show that *Entrepreneurship Orientation and Market Orientation* have a positive effect on the *Marketing Performance* of culinary food UMKM in Lubuk Begalung District.

Keywords: *Entrepreneurial Orientation, Market Orientation and Marketing Performance.*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	Error!
Bookmark not defined.	
2.1 Kajian Literatur	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Kinerja Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.1 Pengertian Kinerja Pemasaran .	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.2 Pentingnya Kinerja Pemasaran .	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.3 Pengukuran Kinerja Pemasaran	Error! Bookmark not defined.

2.1.2 Orientasi Kewirausahaan.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.1 Pengertian Orientasi Kewirausahaan.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.2 Pentingnya Orientasi Kewirausahaan.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.3 Pengukuran Orientasi Kewirausahaan.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4. Orientasi Pasar.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.1 Pengertian Orientasi Pasar.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.2 Pentingnya Orientasi Pasar.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.3 Pengukuran Orientasi Pasar.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Konseptual	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.1 Objek, Populasi dan Sampel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.

3.3 Definisi Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Kinerja Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Orientasi Kewirausahaan.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.3 Orientasi Pasar.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Pengukuran Instrumen.....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.6.1 Measurement Model Assessment	Error! Bookmark not defined.
3.6.2 Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.3 R Square	Error! Bookmark not defined.
3.6.4 Structural Model Assessment	Error! Bookmark not defined.

BAB IV HASIL ANALISA DAN PEMBAHASAN**Error! Bookmark not defined.**

4.1 Hasil Analisa	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Response Rate	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Profil Responden	Error! Bookmark not defined.
4.1.3 Measurement Model Assessment	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.1 Convergent Validity	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.2 Heterotrait-Monotrait (HTMT).	Error! Bookmark not defined.
4.1.4 Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.4.1 Kinerja Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.

4.1.4.2 Orientasi Kewirausahaan.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.4.3 Orientasi Pasar.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.5 Analisis R square.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.6 Structural Model Assessment	Error! Bookmark not defined.
4.2 Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
BAB V PENUTUP.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Implikasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
5.3 Keterbatasan dan Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1.....	2
Tabel 1. 2.....	4
Tabel 3. 1.....	26
Tabel 3. 2.....	29
Tabel 3. 3.....	29
Tabel 4. 1.....	31
Tabel 4. 2.....	32
Tabel 4. 3.....	34
Tabel 4. 4.....	35
Tabel 4. 5.....	35
Tabel 4. 6.....	36
Tabel 4. 7.....	37
Tabel 4. 8.....	38
Tabel 4. 9.....	39

Tabel 4. 10.....	41
Tabel 4. 11.....	42
Tabel 4. 12.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1.....	21
Gambar 4. 1.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 6	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 7	Error! Bookmark not defined.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi seperti sekarang ini, pembangunan usaha khususnya di bidang industri makanan dan minuman berlangsung cepat. Banyak bermunculan usaha – usaha baru khususnya produsen dalam industri makanan dan minuman baik dalam skala kecil, menengah, hingga skala besar. Perkembangan perekonomian berjalan sangat pesat seiring berjalannya teknologi informasi yang semakin canggih serta tatanan perekonomian dunia yang semakin mengarah pada perdagangan bebas dan tingkat persaingan yang tinggi pada berbagai sektor industri (Putriasih & Giantari, 2021).

Peran industri dalam sebuah negara atau kota dapat kita lihat memiliki peran sebagai salah satu pendorong kemajuan perekonomian di daerah itu sendiri. Seperti halnya perkembangan UMKM yang menjadi salah satu penggerak faktor ekonomi disuatu negara. UMKM, singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM adalah usaha yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah. Kriteria tersebut didasarkan pada omset penjualan tahunan dan aset yang dimiliki.

Pada masa sekarang, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dituntut untuk memiliki kapabilitas dinamik dan strategi yang mampu menangkap peluang dan memperbaharui pasar. Dengan kata lain harus mampu menawarkan produk baru (barang atau jasa) yang jauh lebih baik dibandingkan dengan yang ditawarkan

oleh pesaing. Dalam mempertahankan eksistensi usaha dan mengikuti trend pasar pelaku UMKM harus mampu memilih dan menetapkan strategi yang akan digunakannya, sehingga mampu mengatasi segala permasalahan terkait kemampuan pemilik dalam menjalankan usaha serta meningkatkan kinerja pemasaran melalui penciptaan produk yang marketable dan profitable secara berkelanjutan (Amrulloh, 2017).

Berikut adalah data jumlah UMKM di Kota Padang pada tahun 2021 – 2023 dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini :

Tabel 1. 1
Data UMKM Kota Padang Tahun 2021 - 2023

No	Kecamatan	Jumlah Pelaku Usaha		
		2021	2022	2023
1	Padang Barat	3207	4100	3921
2	Padang Timur	2803	4302	4355
3	Padang Utara	1916	2682	2847
4	Padang Selatan	2424	3851	4013
5	Nanggalo	1674	2138	2280
6	Koto Tengah	8266	6215	6504
7	Kuranji	7694	6523	6770
8	Pauh	2072	3009	3197
9	Lubuk Kilangan	1907	1922	2051
10	Lubuk Begalung	5001	5133	5288
11	Bungus Teluk kabung	1335	1912	2056
	Total	38299	41787	43282

Sumber : Dinas Koperasi dan UKM Kota Padang

Dari tabel 1.1 diatas, jumlah dari UMKM di Kota Padang secara keseluruhan pada tahun 2023 mencapai 43.282. menunjukkan peningkatan dari 2 tahun sebelumnya. Sehingga tampak terlihat bahwasannya UMKM merupakan salah satu jenis usaha yang sangat diminati pelaku usaha di Kota Padang.

Industri kuliner merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian

Indonesia, dengan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner saji (selanjutnya disebut UMKM kuliner) menjadi pemain utama dalam industri ini, dengan jumlah yang terus meningkat.

Di tengah persaingan yang ketat, UMKM kuliner saji perlu menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk mencapai kesuksesan. Salah satu faktor penting yang mempengaruhi efektivitas strategi pemasaran adalah orientasi bisnis yang dianut oleh UMKM tersebut.

Di Kota Padang, kuliner merupakan salah satu sektor yang banyak ditekuni oleh pelaku UMKM. Kuliner terbagi dua yaitu kuliner saji dan kuliner kemasan. Kuliner saji di Kecamatan Lubuk Begalung dikenal sebagai kota wisata kuliner yang memiliki ragam makanan khas dan unik yang menjadikan ketertarikan bagi para pecinta kuliner.

Di era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, UMKM kuliner saji harus mampu beradaptasi dengan cepat dan memiliki strategi yang efektif untuk mempertahankan bisnisnya. Orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar menjadi faktor kunci dalam mencapai kinerja pemasaran yang baik.

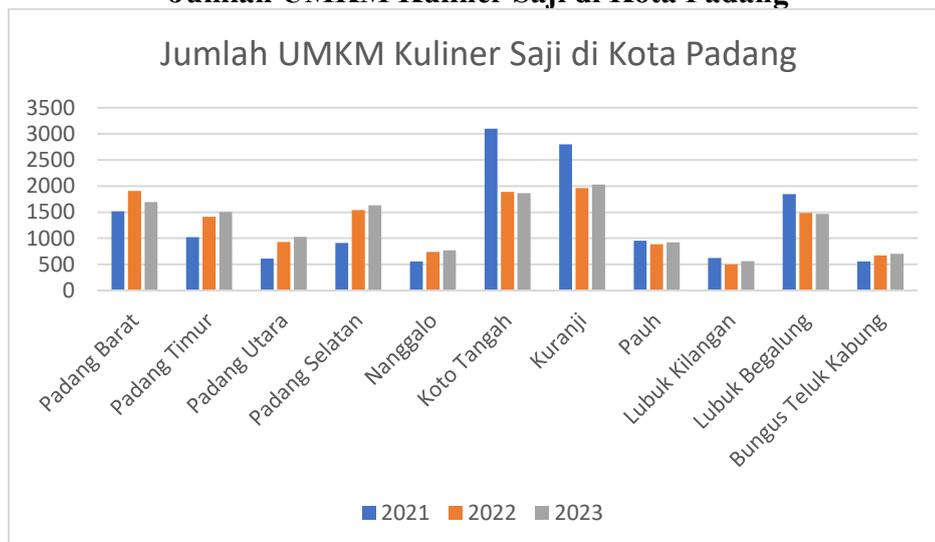
Berikut data jumlah UMKM Kuliner Saji di Kota Padang tahun 2021-2023 dapat dilihat pada tabel 1.2 dan Grafik 1.1 berikut ini :

Tabel 1. 2
UMKM Kuliner Saji di Kota Padang Tahun 2021-2023

No	Kecamatan	UMKM Kuliner 2021 (Unit)	UMKM Kuliner 2022 (Unit)	UMKM Kuliner 2023 (Unit)
1	Padang Barat	1516	1906	1695
2	Padang Selatan	910	1538	1633
3	Padang Timur	1021	1413	1501
4	Padang Utara	609	930	1028
5	Nanggalo	555	740	769
6	Koto Tengah	3102	1891	1867
7	Kuranji	2799	1963	2030
8	Pauh	956	884	923
9	Lubuk Kilangan	620	501	563
10	Lubuk Begalung	1845	1486	1466
11	Bungus Teluk Kabung	558	671	704

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang

Grafik 1. 1
Jumlah UMKM Kuliner Saji di Kota Padang



Dari tabel 1.1 dan grafik, terdapat 11 kecamatan yang menunjukkan variasi jumlah yang berbeda-beda. Di antara kecamatan-kecamatan tersebut, salah satu pelaku usaha UMKM kuliner saji diantaranya Lubuk Begalung menunjukkan penurunan dari tahun ke tahun. Potensi penurunan ini dapat disebabkan oleh berbagai aspek, termasuk faktor ekonomi, sosial dan kinerja pemasaran UMKM kuliner saji di Kecamatan Lubuk Begalung. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan metode analisis yang cermat guna menyusun strategi pengembangan yang efektif, yang dapat mempengaruhi permasalahan dan meningkatkan kontribusi UMKM kuliner saji di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang.

Kinerja pemasaran menunjukkan ukuran prestasi yang berhasil diperoleh oleh suatu perusahaan setelah perusahaan tersebut melakukan berbagai proses aktivitas pemasaran secara menyeluruh. Kinerja pemasaran dijadikan sebagai dasar dalam mengevaluasi apakah strategi yang digunakan telah sesuai dengan yang diharapkan (Hamel & Wijaya, 2020).

Kinerja pemasaran adalah hasil dari keseluruhan baik itu usaha, strategi, maupun kinerja yang telah dijalankan oleh suatu perusahaan (frawan, 2015). Kinerja pemasaran merupakan faktor yang sering digunakan untuk mengukur sejauh mana prestasi pasar produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan. Tiap perusahaan telah menetapkan.

Strategi masing-masing perusahaan berusaha menetapkan strategi yang terbaik dan berbeda dari perusahaan lain atau dengan perusahaan pesaing yang menghasilkan produk sejenis. Setiap strategi yang ditetapkan oleh perusahaan

mengharapkan kinerja terbaik yang dapat dihasilkan, dalam hal ini adalah kinerja pemasaran. Kinerja pemasaran merupakan hasil dari strategi perusahaan yang telah dicapai perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen (Saisaria Mandasari, 2020).

Pemasaran berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam merencanakan dan melaksanakan konsep produk, harga, promosi, dan distribusi baik barang maupun jasa sedangkan orientasi kewirausahaan dipandang sebagai sebuah seni dalam melihat tantangan dan peluang yang sedang dihadapi.

Orientasi kewirausahaan adalah kunci untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Orientasi kewirausahaan merupakan sumber daya dan kemampuan yang menyajikan keunggulan kompetitif dan kinerja yang unggul bagi suatu perusahaan. Orientasi kewirausahaan memegang peranan penting dalam meningkatkan kinerja pemasaran, mengingat bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara orientasi kewirausahaan yang ditetapkan dengan kinerja pemasaran perusahaan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu bahwa orientasi kewirausahaan memiliki dampak terhadap kinerja pemasaran (Hanif et al., 2022).

Orientasi pasar adalah suatu konsep orientasi yang berfokus pada penciptaan nilai-nilai yang tinggi bagi konsumen dan sebagai penetapan sasaran konsumen strategis, membangun organisasi yang berfokus pada layanan konsumen. Penelitian terdahulu menemukan bahwa orientasi pasar berpengaruh pada kinerja pemasaran. Orientasi pasar sangatlah penting dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan yang berorientasi pada pasar akan mampu untuk memenuhi keinginan konsumen serta mampu bersaing di pasar (Pertiwi & Siswoyo, 2016).

Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner saji di Kecamatan Lubuk Begalung perlu dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi pemilik UMKM kuliner saji untuk meningkatkan kinerja pemasaran mereka, serta dapat memberikan sumbangsih bagi pengembangan UMKM kuliner saji di Kecamatan Lubuk Begalung secara keseluruhan.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena, peneliti tertarik melakukan penelitian empiris dengan judul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang)”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dalam penelitian ini maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner saji di Kecamatan Lubuk Begalung?
2. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner saji di Kecamatan Lubuk Begalung?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner saji di Kecamatan Lubuk

Begalung.

2. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner saji di Kecamatan Lubuk Begalung.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada umumnya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan manfaat baik secara teori maupun praktis. Dengan demikian, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori kewirausahaan dengan menganalisis hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja pemasaran.
 - b. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori pemasaran dengan menganalisis hubungan antara orientasi pasar, orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran.
2. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pelaku UMKM kuliner saji di Kecamatan Lubuk Begalung tentang pentingnya orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar dalam meningkatkan kinerja pemasaran.
 - b. Penelitian ini dapat memberikan rekomendasi bagi pelaku usaha UMKM kuliner saji di Kecamatan Lubuk Begalung tentang strategi yang tepat untuk

meningkatkan kinerja pemasaran mereka.

- c. Penelitian ini dapat memberikan masukan bagi pemerintah daerah kota Padang dalam meningkatkan pemberdayaan UMKM kuliner saji melalui peningkatan kapasitas dan keterampilan pelaku usaha

