

**PENGARUH LINGKUNGAN BISNIS, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN,  
ORIENTASI PASAR TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA  
(Studi Empiris UMKM Kabupaten Magelang)**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Drajat Sarjana S-1**



Disusun Oleh:  
**Dwi Ardiyanto**  
NPM. 19.0101.0079

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG 2023**

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada masa sekarang ini, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dituntut untuk memiliki kapabilitas dinamik dan strategi yang mampu menangkap peluang dan memperbaharui pasar. Tetapi dalam kenyataannya, tuntutan dari lingkungan bisnis saat ini, ternyata masih sulit untuk dipenuhi usaha mikro, kecil, dan menengah. UMKM di Indonesia secara kualitas sulit berkembang di pasar karena menghadapi beberapa masalah internal, yaitu rendahnya kualitas sumber daya manusia seperti kurang terampilnya sumberdaya manusia, kurangnya orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*), rendahnya penguasaan teknologi dan manajemen, minimnya informasi, dan rendahnya orientasi pasar.

Perkembangan usaha pada UMKM dapat dilihat dari beberapa faktor, diantaranya dilihat dari profitabilitas atau pendapatan dan produktivitas. Faktor ini berkaitan dengan SDM, penguasaan teknologi, dan beberapa faktor lain. UMKM di Kabupaten Magelang pada dua tahun terakhir memiliki fluktuasi secara kuantitas. Banyak UMKM yang mengalami gulung tikar karena pandemi yang melanda. Namun pada tahun 2022 UMKM di Kabupaten Magelang mulai tumbuh dan berkembang. Jika melakukan observasi lebih jauh banyak UMKM yang belum mendaftarkan sebagai badan usaha dan jumlahnya sangatlah banyak. Macam usahanya sebagian besar adalah produk olahan makanan dan minuman, kerajinan, dan hasil pertanian. Sebagian besar dari

usaha di Kabupaten Magelang memiliki karyawan tidak lebih dari 30 orang, ini mengindikasikan bahwa usaha ini masih memiliki lingkup yang masih kecil.

Perkembangan usaha merupakan seperangkat konsep yang kuat dan teknik untuk meningkatkan efektifitas organisasi dan kesejahteraan individu. Mengelola pertumbuhan yang berkelanjutan dan mendorong pengembangan usaha sering bergantung pada sejauh mana nilai-nilai yang tepat dan sikap yang ditanamkan pada anggota organisasi (French, 2018). Dalam pengertian lain perkembangan usaha adalah suatu proses pelaksanaan usaha mengenai peluang pertumbuhan potensial selama usaha itu berlangsung. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha diantaranya faktor lingkungan bisnis eksternal seperti kebijakan pemerintah, kekuatan hukum dan politik, teknologi, sumber daya, pesaing, selera pelanggan, dan pengelolaan perusahaan. Lingkungan bisnis eksternal merupakan lingkungan yang berada di luar organisasi, namun perlu dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan usaha.

Lingkungan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dalam perkembangan usaha. Dalam penelitian ini, ada dua teori lingkungan eksternal yaitu pergolakan teknologi (*technological turbulence*) dan intensitas persaingan (*competitive intensity*). Pergolakan teknologi menerangkan tingkat perubahan teknologi yang dialami organisasi. Intensitas persaingan menjelaskan tingkat persaingan dalam industri, dimulai dari persaingan rendah, konsumen terperangkap dalam suatu produk sampai dengan persaingan tinggi, konsumen memiliki banyak alternatif pilihan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Frishamar & Horte, 2007).

Orientasi kewirausahaan berkaitan pada identifikasi dan eksploitasi kesempatan daripada memenuhi kebutuhan pelanggan, sehingga tidak diharapkan memiliki efek pada profitabilitas yang langsung seperti halnya orientasi pasar.

Menurut Hanifati & Pradhanawati, (2017) orientasi kewirausahaan diidentifikasi sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja usaha. Orientasi kewirausahaan merupakan komponen yang sangat penting dalam mengembangkan usaha, hal tersebut terlihat dari pemilik dan pengelola dalam menjalankan usahanya sudah menunjukkan perilaku inovatif, proaktif dan berani dalam mengambil resiko.

Implementasi strategi yang berdasarkan pada orientasi pasar, memungkinkan perusahaan beradaptasi dengan sukses terhadap perubahan lingkungan. Orientasi pasar secara signifikan merupakan faktor penting yang memungkinkan perusahaan memahami pasar dan mengembangkan strategi produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan kebutuhan pasar Baker & Sinkula (2009). Dorongan pengetahuan tentang bagaimana strategi untuk mengembangkan usaha dan bertahan di pasar menjadi kebutuhan utama yang harusnya dimiliki oleh UMKM. Pentingnya pengetahuan akan pemahaman orientasi pasar merupakan hal yang sangat dasar namun menjadi cara strategis suatu UMKM untuk dapat menciptakan produk yang diinginkan oleh konsumen dan meningkatkan inovasi produk yang mereka hasilkan. Dengan pemahaman akan keinginan pasar diharapkan UMKM mampu bersaing dipasaran (Wiwoho, 2013).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rosyafah (2017) menunjukkan bahwa lingkungan bisnis tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha, dengan asumsi kinerja perusahaan dikaitkan dengan perkembangan usaha. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Hanifati & Pradhanawati (2017) menyatakan bahwa lingkungan bisnis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha dimana semakin baik lingkungan bisnis usaha akan semakin baik pula pertumbuhan usaha. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kumalaningrum (2018) menunjukkan bahwa orientasi pasar

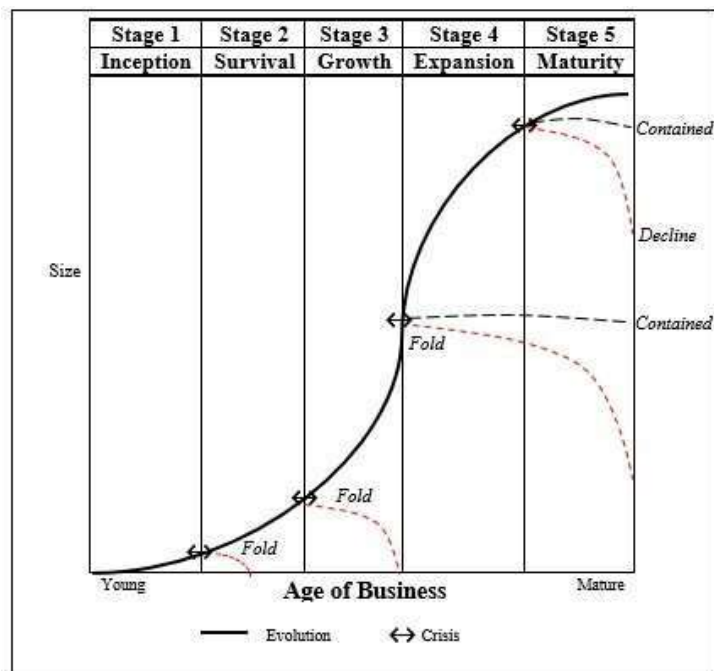
berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas dan perkembangan usaha pada UMKM. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Setyawati menyatakan bahwa orientasi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Lukiastuti (2012) menyatakan bahwa orientasi wirausaha berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Penelitian ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Abbas (2018) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Namun penelitian yang dilakukan oleh Azahra, (2020) menyatakan bahwa Orientasi Kewirausahaan berpengaruh secara tidak langsung terhadap Kinerja UMKM.

Penelitian ini memasukkan faktor-faktor lingkungan selain orientasi kewirausahaan sebagai faktor yang secara langsung atau tidak langsung berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Kabupaten Magelang merupakan salah satu Kabupaten dengan pertumbuhan usaha makanan dan minuman yang cukup signifikan. Menurut observasi dalam dua tahun terakhir (2020-2022) banyak usaha baru yang berdiri di Kabupaten Magelang. Disamping itu di tahun yang sama banyak usaha makanan dan minuman yang tutup pula. Faktor lingkungan bisnis pada era pandemi mempengaruhi UMKM secara signifikan. Daya beli konsumen menurun dikarenakan aturan pemerintah; pembatasan wilayah, *work from home*, atau pembatasan mobilitas masyarakat. Disamping itu konsumen juga lebih mengutamakan kesehatan pada saat masa pandemi. Inilah faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi usaha, sehingga UMKM dituntut untuk menengok kembali orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan. Data yang diambil dari Portal Satu Data KUMKM (Persada) Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Tengah, telah merekap data UMKM yang ada di Kabupaten Magelang, baik yang sudah terdaftar sebagai badan

hukum maupun belum terdaftar. Jumlah UMKM yang ada di Kabupaten Magelang sebanyak 1.080 usaha. Dengan mayoritas usaha yakni usaha makanan dan minuman.

Penelitian ini mengambil jenis usaha makanan dan minuman karena usaha ini memiliki *product life cycles* yang paling rendah diantara jenis usaha yang lain. Usaha makanan dan minuman pada masa pertumbuhan (*growth*) memiliki rentang waktu yaitu 3 bulan Bachtiar & Amin (2019). Pada periode ini usaha makanan dan minuman dapat diambil keputusan apakah dapat dilanjutkan atau tidak. Pada *growth stage model*, jenis usaha makanan dan minuman akan lebih mudah digambarkan menggunakan gambar sebagai

berikut:



Sumber: Scott & Bruce, *Five Stages of Growth in Small Business* (1987) **Gambar 1.1 Business Life Cycle**

Maka dari itu penelitian ini mengambil objek pada UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Magelang. Penelitian ini menguji apakah lingkungan bisnis, orientasi kewirausahaan, dan orientasi pasar berpengaruh

langsung terhadap perkembangan usaha. Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Lingkungan Bisnis, Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar Terhadap Perkembangan Usaha.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah lingkungan bisnis berpengaruh terhadap perkembangan usaha pada UMKM di Kabupaten Magelang?
2. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap perkembangan usaha pada UMKM di Kabupaten Magelang?
3. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap perkembangan usaha pada UMKM di Kabupaten Magelang?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang akan dicapai adalah:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh lingkungan bisnis terhadap perkembangan usaha pada UMKM di Kabupaten Magelang
2. Menguji dan menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap perkembangan usaha pada UMKM di Kabupaten Magelang
3. Menguji dan menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap perkembangan usaha pada UMKM di Kabupaten Magelang

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Sebagai alat untuk menguji teori-teori yang telah diperoleh selama perkuliahan, sehingga peneliti dapat menambah pengetahuan secara teoritis

mengenai pengaruh lingkungan bisnis, orientasi kewirausahaan, orientasi pasar terhadap perkembangan UMKM.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis bagi semua pihak yakni dapat dijadikan referensi bagi pengembangan ilmu mengenai perkembangan UMKM di Kabupaten Magelang, khususnya mengenai lingkungan bisnis, orientasi kewirausahaan, dan orientasi pasar.

## **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika dalam penulisan penelitian ini terdiri dari lima (5) bagian, diantaranya:

### **BAB I      PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi mengenai uraian tentang pendahuluan yang meliputi judul penelitian berdasarkan dengan fenomena yang terjadi, rumusan masalah, tujuan dari dilakukannya penelitian, manfaat serta sistematika pembahasan dari sebuah penelitian

### **BAB II     TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

Pada bab ini berisi mengenai uraian tentang sebuah landasan dasar untuk menganalisis suatu masalah penelitian yang dapat berupa kajian terori, penelitian sebelumnya, kerangka pikir hingga merumuskan sebuah hipotesis.

### **BAB III    METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisi mengenai uraian tentang bagaimana gambaran umum dalam melakukan tahap penelitian secara deskriptif yang berdasarkan pada populasi dan sampel, informasi penelitian, pengukuran variabel penelitian, teknik analisis dalam pengujian hipotesis.



#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi mengenai uraian tentang sebuah hasil analisis data yang didukung oleh SPSS berupa statistic deskriptif terhadap variabel penelitian, hasil dari persamaan regresi linier berganda, hasil hipotesis dan pembahasan dari statistic yang dijabarkan.

#### BAB V KESIMPULAN

Berisi bagian penutup dari abstrak yang berupa sebuah kesimpulan, keterbatasan dari penelitian tersebut serta saran terhadap penelitian selanjutnya.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

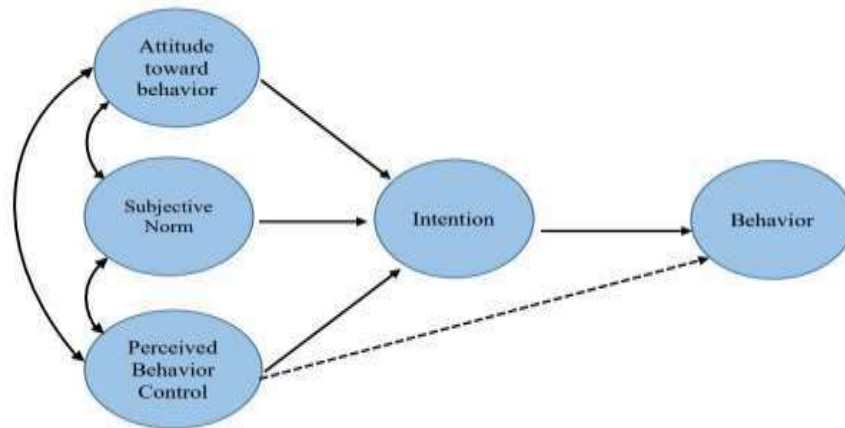
### **A. Telaah Teori**

#### **1. *Theory of Planned Behavior***

*Theory of planned behavior* (TPB) merupakan salah satu teori yang telah banyak diterapkan diberbagai bidang penelitian perilaku. TPB menyatakan bahwa kombinasi dari sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan kontrol perilaku persepsian mengarah pada pembentukan niat perilaku (*behavioral intention*) dan selanjutnya membentuk perilaku (*behavior*). Teori ini mengasumsikan bahwa perilaku seseorang tidak hanya dikendalikan oleh dirinya sendiri (kontrol penuh individual), tetapi juga membutuhkan kontrol yaitu ketersediaan sumber daya dan kesempatan bahkan keterampilan tertentu, sehingga perlu ditambahkan konsep kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) yang dipersepsikan akan memengaruhi niat dan perilaku Hanifati & Pradhanawati (2017). *Theory of planned behavior* (TPB) sangat sesuai untuk menjelaskan perilaku pengambilan keputusan bisnis pada UKM (Suci, 2016: 707). *Theory of planned behavior* (TPB) mengacu pada teori yang menyatakan bahwa perilaku merupakan fungsi dari informasi atau keyakinan yang menonjol mengenai perilaku tersebut. TPB menjelaskan bahwa tindakan manusia diarahkan oleh tiga macam kepercayaan, yaitu:

- a. Kepercayaan perilaku (*behavioral beliefs*), yaitu kepercayaan tentang kemungkinan terjadinya perilaku,
- b. Kepercayaan normatif (*normative beliefs*), yaitu kepercayaan tentang ekspektasi normatif dari orang lain dan motivasi untuk menyetujui ekspektasi tersebut,
- c. Kepercayaan kontrol (*control beliefs*), yaitu kepercayaan tentang keberadaan faktor-faktor yang akan memfasilitasi atau merintangi kinerja dari perilaku dan kekuatan persepsian dari faktor-faktor tersebut (Afdalia, 2014).

*Theory of Planned Behavior* adalah hasil modifikasi dan pengembangan dari teori sebelumnya yaitu *theory of reasoned action* (teori tindakan beralasan) pada tahun 1991 oleh Ajzen. Menurut analisis Ajzen, *theory of reasoned action* (TRA) ini hanya dapat digunakan untuk suatu perilaku yang sepenuhnya itu dia berada dibawah kendali individu tersebut dan tidak akan sesuai apabila digunakan untuk menjelaskan perilaku yang tidak berada dibawah kendali individu dikarenakan terdapat faktor yang memungkinkan bisa mendukung atau menghambat untuk mewujudkan niat individu agar berperilaku. Oleh karenanya Ajzen dalam *Theory of planned behavior* (TPB) menambahkan satu faktor yaitu *perceived behavior control* (kontrol perilaku yang dirasakan). Menurut Wikamorys & Rochmach, (2017) *Theory of planned behavior* merupakan suatu teori yang digunakan untuk memperkirakan tingkah laku seseorang, yang mana teori ini mempunyai dua asumsi utama untuk menilai niat seseorang dalam berperilaku, yaitu *attitude toward the behavior* (sikap terhadap perilaku) dan *subjective norm* (norma subjektif).



Sumber: Wikamorys & Rochmach (2017)

### Gambar 2.1 Theory of Planned Behavior

*Theory of planned behavior* mengasumsikan bahwa perilaku ditentukan oleh keinginan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku maupun sebaliknya. Teori yang dikembangkan dari teori sebelumnya ini kemudian ditambahkan perilaku kontrol yang dirasakan. Menurut Mahyarni (2013) teori Ajzen mengenai sikap terhadap perilaku mengacu pada sampai dimana seseorang mempunyai penilaian evaluasi yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dari perilaku. Kemudian dijelaskan lebih lanjut oleh Wikamorys & Rochmach (2017) yang menyatakan bahwa dalam *Theory of planned behavior* dijelaskan bahwa perilaku individu akan muncul karena adanya niat untuk berperilaku. Niat seseorang untuk berperilaku dapat diprediksi dengan tiga hal yaitu attitude toward the behavior (sikap terhadap perilaku) yang merupakan keseluruhan dari evaluasi seseorang mengenai positif atau negatifnya untuk menampilkan suatu perilaku tertentu, kemudian ada *subjective norm* (norma subjektif) yang merupakan suatu kepercayaan seseorang mengenai tuntutan dari orang lain yang dianggap penting untuknya dan bersedia untuk menampilkan suatu perilaku tertentu sesuai dengan tuntutan, dan yang terakhir yaitu *perceived behavioral control* (persepsi pengendalian diri)

yang merupakan persepsi seseorang tentang kemampuan untuk menampilkan suatu perilaku tertentu.

## **2. Perkembangan Usaha**

Perkembangan usaha merupakan sebuah konsep multidimensional dan hubungan antara orientasi wirausaha dan perkembangan usaha dapat tergantung pada indikator-indikator yang digunakan untuk mengakses perkembangan usaha. Pengukuran perkembangan non finansial mengukur juga sasaran (*goals*) usaha seperti misalnya kepuasan dan tingkat keberhasilan di lingkup global yang bisa dicapai oleh para pemilik atau para manajernya; pengukuran perkembangan finansial mengukur faktor-faktor seperti pertumbuhan penjualan dan ROI. Menurut Hanifati & Pradhanawati (2017) berkaitan dengan kinerja finansial, seringkali terjadi konvergensi yang rendah antara indikator-indikator yang berbeda .

Pada tingkat konseptual, seseorang dapat membedakan antara pengukuran pertumbuhan dan pengukuran profitabilitas. Walaupun konsep-konsep tersebut secara empiris dan secara teoritis saling berhubungan, ada juga perbedaan-perbedaan penting diantara keduanya (Combs, Crook, & Shook, 2005). Misalnya, suatu usaha dapat melakukan investasi yang besar untuk mendukung pertumbuhan usaha dalam jangka panjang, namun demikian harus berjuang untuk mendapatkan laba jangka pendek. Pendapat konseptual yang utama mengenai hubungan antara orientasi wirausaha dan kinerja berfokus pada aspek finansial kinerja. Usaha-usaha yang memiliki orientasi wirausaha yang tinggi dapat menargetkan segmen pasar premium, menetapkan harga jual yang tinggi dan menempati posisi pasar yang lebih unggul dari para pesaingnya, yang

tentunya akan menghasilkan laba yang lebih besar dan bisa lebih cepat untuk melakukan ekspansi.

### **3. Lingkungan Bisnis**

Lingkungan merupakan salah satu faktor perubahan dalam teori perkembangan usaha. Dalam penelitian ini, ada dua teori lingkungan eksternal yaitu pergolakan teknologi (*technological turbulence*) dan intensitas persaingan (*competitive intensity*). Pergolakan teknologi menerangkan tingkat perubahan teknologi yang dialami suatu usaha. Intensitas persaingan menjelaskan tingkat persaingan dalam industri, dimulai dari persaingan rendah, konsumen terperangkap dalam suatu produk sampai dengan persaingan tinggi, konsumen memiliki banyak alternatif pilihan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka

Di dalam lingkungan stabil, orientasi pasar tidak terlalu berperan. Sebaliknya, dalam lingkungan yang tingkat perubahan teknologinya cepat, maka orientasi perusahaan terhadap apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen akan semakin berperan dalam pengembangan produk baru. Demikian juga dalam lingkungan yang memiliki tingkat persaingan tinggi, konsumen memiliki banyak alternatif pilihan akan produk dan jasa, maka orientasi pasar akan diperlukan. Menurut Hanifati & Pradhanawati (2017) berpendapat bahwa pada persaingan yang tinggi dan agresif, bisnis harus menemukan keinginan konsumen dan menciptakan nilai konsumen yang superior untuk memuaskan konsumen.

### **4. Orientasi Kewirausahaan**

Aktivitas wirausaha dianggap sebagai kegiatan pengembangan ekonomi yang mendukung penciptaan kesejahteraan dan lapangan kerja. Kewirausahaan (seperti misalnya penemuan dan eksploitasi peluang peluang

yang menguntungkan) semacam itu tidak meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara makro, tetapi justru meningkatkan kinerja usaha (Hanifati & Pradhanawati, 2017). Perusahaan yang memiliki akses ke berbagai sumber daya akan lebih memiliki orientasi wirausaha yang lebih besar daripada perusahaan lain.

Orientasi wirausaha (*entrepreneurial orientation*) dapat mengacu pada sebuah cara untuk melihat bagaimana pihak manajemen perusahaan dapat mengungkap dan mengeksploitasi peluang-peluang yang ada. Orientasi semacam ini terbentuk oleh tiga dimensi, yaitu kemampuan berinovasi (*innovativeness*), proaktif (*proactivity*) dan kecenderungan untuk mengambil risiko (*propensity for risk taking*). Menurut Wiklund & Shepherd (2013) menyatakan bahwa dengan melalui investigasi orientasi wirausaha perusahaan, dapat dijelaskan adanya proses manajerial yang memungkinkan perusahaan bisa mencapai posisi yang lebih unggul dibandingkan dengan para pesaingnya, karena orientasi wirausaha memfasilitasi tindakan perusahaan untuk bertindak berdasarkan tanda-tanda awal yang berasal dari lingkungan internal dan eksternal perusahaan (Hanifati & Pradhanawati

2017). Orientasi wirausaha mengarah kepada orientasi strategik sebuah perusahaan, mencakup juga aspek-aspek gaya, metode dan praktek-praktek pengambilan keputusan wirausaha spesifik. Orientasi wirausaha dapat menjadi suatu cara pengukuran yang penting tentang bagaimana sebuah perusahaan diorganisir, dan merupakan sumbangan kewirausahaan (*entrepreneurship*) yang penting terhadap perkembangan usaha. Menurut Wiklund dan Shepherd (2013) orientasi wirausaha dapat “memperkaya manfaat kinerja sumber daya berbasis pengetahuan yang dimiliki perusahaan

dengan memberikan perhatian pada pemanfaatan sumber daya ini untuk mengungkap dan mengeksploitasi peluang”.

## 5. Orientasi Pasar

Penelitian Hasim, (2018) yang menyatakan bahwa pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan. Pada penelitian lain Feifei (2012) juga menunjukkan bahwa intensitas persaingan memoderasi pengaruh antara *entrepreneurial orientation* terhadap kinerja perusahaan. Namun menurut Frishamar & Horte (2007) dalam penelitiannya menunjukkan hasil yang berbeda. Ke dua faktor tersebut tidak memoderasi pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan.

Orientasi pasar merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha. UMKM yang berorientasi pasar senantiasa menggunakan informasi pasar untuk memenuhi kebutuhan pelanggan pada saat ini maupun prediksi/antisipasi kebutuhan dimasa depan. Kecepatan mengakses informasi pasar dan merespon informasi pasar terkait dengan kemampuan adaptif perusahaan. Menurut Hanifati & Pradhanawati (2017) mendefinisikan orientasi pasar sebagai budaya organisasi yang paling efektif dan efisien untuk menciptakan perilaku-perilaku yang dapat menghasilkan suatu yang terbaik bagi pembeli serta menghasilkan kinerja yang superior bagi sebuah usaha. Berdasarkan definisi orientasi pasar tersebut dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar adalah cara yang dilakukan organisasi untuk mengidentifikasi pasar dan menggunakannya sebagai dasar untuk menentukan strategi perusahaan. Perusahaan-perusahaan yang berhasil dalam mengendalikan pasar disebut sebagai *market drive firm*, yaitu perusahaan yang selalu menempatkan orientasi pelanggan dan orientasi pesaing secara



harmonis, sehingga menghasilkan kinerja pemasaran yang lebih baik. Oleh karena itu, konsep utama dalam orientasi pasar adalah orientasi pelanggan dan orientasi pesaing. Abbas (2018).

## **B. Telaah Penelitian Terdahulu**

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rosyafah (2017) dengan judul Pengaruh Lingkungan Bisnis terhadap Kinerja (Studi Pada UKM Produk Unggulan Di Kabupaten Sidoarjo) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan bisnis tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha produk unggulan di Kabupaten Sidoarjo kesimpulan sebagai berikut: Hasil studi di lapangan ternyata lingkungan bisnis tidak mempunyai pengaruh secara langsung terhadap kinerja perusahaan. Dengan asumsi kinerja perusahaan dikaitkan dengan perkembangan usaha. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Hanifati & Pradhanawati (2017) dengan judul Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Kompetensi Sosial dan Lingkungan Bisnis Terhadap Pertumbuhan Usaha, menyatakan bahwa lingkungan bisnis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha, dimana semakin baik lingkungan bisnis usaha akan semakin baik pula pertumbuhan usaha rumah makan di Kecamatan Tembalang. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Kusuma, & Mangunwihardjo (2017) yang berjudul Membangun Strategi Bisnis Melalui Faktor Manajerial Sebagai Pemilik Dan Lingkungan Bisnis Eksternal Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan, menyatakan bahwa Lingkungan Bisnis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Lukiastuti (2012) dengan judul Pengaruh Orientasi Wirausaha Dan Kapabilitas Jejaring Usaha Terhadap Peningkatan Kinerja UKM Dengan Komitmen Perilaku Sebagai Variabel Intervening

menyatakan bahwa orientasi wirausaha berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Penelitian ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Djamilia Abbas (2018) dengan judul Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UKM Kota Makassar yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Namun penelitian yang dilakukan oleh Azahra (2020) dengan judul Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah Dimediasi Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Kontruksi Bengkel Las Mahkamah Kota) menyatakan bahwa Orientasi Kewirausahaan berpengaruh secara tidak langsung terhadap Kinerja UMKM.

Penelitian Hatta (2015) yang berjudul Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran dan Kinerja Pemasaran menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada kinerja UMKM. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Mulyani dan Mudiantono (2015) dengan judul Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan dengan Inovasi sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada usaha mikro kecil dan menengah Kota Semarang) yang juga mengatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan pada kinerja UMKM.

Penelitian yang dilakukan oleh Abbas (2018) dengan judul Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UKM Kota Makassar yang menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Maria Pampa Kumalaningrum dengan judul Lingkungan Bisnis, Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan

Menengah dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas dan perkembangan usaha pada UMKM. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Setyawati dengan judul Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap

Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing Dan Persepsi Ketidakpastian Lingkungan Sebagai Prediksi Variabel Moderasi menyatakan bahwa orientasi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

### **C. Pengembangan Hipotesis**

Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis pengaruh Lingkungan Bisnis, Orientasi Kewirausahaan, Dan Orientasi Pasar terhadap Perkembangan Usaha.

#### **1. Pengaruh Lingkungan Bisnis terhadap Perkembangan Usaha**

Lingkungan merupakan salah satu faktor perubahan dalam *theory of planned behavior*. Dalam penelitian ini, lingkungan dikaitkan pada lingkungan eksternal yaitu penggunaan teknologi dan intensitas persaingan. Penggunaan teknologi menerangkan tingkat perubahan teknologi yang dialami dunia usaha. Intensitas persaingan menjelaskan tingkat persaingan dalam usaha dimulai dari persaingan rendah, konsumen terperangkap dalam suatu produk sampai dengan persaingan tinggi, konsumen memiliki banyak alternatif pilihan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Lingkungan yang memiliki tingkat persaingan tinggi, konsumen memiliki banyak alternatif pilihan akan produk dan jasa, maka orientasi pasar akan diperlukan. Hanifati & Pradhanawati (2017) berpendapat bahwa pada persaingan yang tinggi dan agresif, bisnis harus menemukan keinginan konsumen dan menciptakan nilai konsumen yang superior untuk memuaskan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Kinanti Hanifati

menyatakan bahwa lingkungan bisnis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha.

Berdasarkan argumen diatas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

**H<sub>1</sub>: Lingkungan bisnis berpengaruh positif terhadap perkembangan usaha.**

## **2. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Perkembangan Usaha**

Menurut Kumalaningrum (2017) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai suatu metode, praktik, dan gaya pengambilan keputusan para manajer yang mengarah ke orientasi kewirausahaan. Hal ini mencakup proses eksperimen teknologi baru yang menjanjikan, keinginan untuk memperbesar kesempatan pasar produk baru dan predisposisi untuk mengambil kesempatan berisiko. Usaha dengan orientasi kewirausahaan yang kuat memiliki kemampuan mengubah ketidakpastian lingkungan menjadi suatu manfaat bagi perusahaan. Orientasi kewirausahaan memiliki tiga dimensi, yaitu inovasi (*innovativeness*), proaktif (*proactiveness*), dan pengambilan risiko (*risk taking*). Suatu usaha dikatakan memiliki suatu semangat orientasi kewirausahaan jika bisa menjadi yang pertama dalam melakukan inovasi produk baru di pasar, memiliki keberanian mengambil risiko, dan selalu proaktif terhadap perubahan tuntutan akan produk baru.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Kumalaningrum (2017) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas dan perkembangan usaha pada UMKM. Kumalaningrum (2017) menyatakan bahwa usaha dengan orientasi kewirausahaan dapat mencapai target pasar dan posisi pasar lebih dibandingkan para pesaing mereka. Kemampuan perusahaan untuk proaktif dan keberanian mengambil

risiko, menjadikan perusahaan memiliki kemampuan untuk menciptakan produk inovatif mendahului pesaing mereka sehingga memiliki orientasi pasar yang kuat karena akan mampu untuk memuaskan pelanggan dan meng-identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi para pelanggan.

Berdasarkan argumen diatas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

**H<sub>2</sub>: *Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap perkembangan usaha***

### **3. Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Perkembangan Usaha**

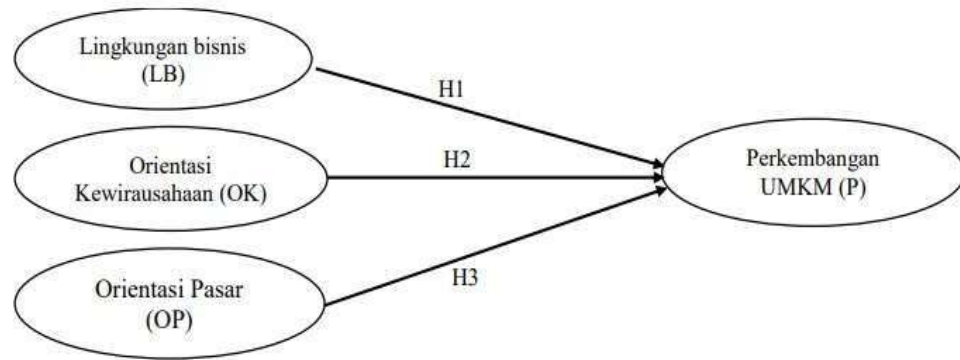
Orientasi pasar (*market orientation*) dimaknai sebagai petunjuk usaha yang memiliki prinsip pada upaya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Usaha yang memiliki orientasi pasar, memiliki dasar perbaikan yang lebih cepat, serta akan tercermin pada kesuksesan produk unggulan baru perusahaan, profitabilitas, bagian pasar (*market share*), dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Hasil dari implementasi strategi yang berdasarkan pada orientasi pasar, memungkinkan usaha beradaptasi dengan sukses terhadap perubahan lingkungan. Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Kumalaningrum (2017) menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas dan perkembangan usaha pada UMKM.

Berdasarkan argumen diatas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

**H<sub>3</sub>: *Orientasi pasar berpengaruh positif terhadap perkembangan usaha***

#### **D. Model Penelitian**

Berdasarkan uraian diatas dapat digambarkan model penelitian sebagai berikut:



**Gambar 2.2 Model Penelitian**

Keterangan :

—————▶ : Hubungan langsung

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM makanan dan minuman yang ada di Kabupaten Magelang dengan data yang diperoleh dari KUMKM

(Persada) Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Tengah, UMKM yang ada di Kabupaten Magelang, baik yang sudah terdaftar sebagai badan hukum maupun belum terdaftar. Jumlah UMKM yang ada di Kabupaten Magelang sebanyak 1.080 usaha. Dengan mayoritas usaha yakni usaha makanan dan minuman.

Sampel adalah sebagian dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasinya (Sugiyono, 2017).

Responden yang digunakan pada penelitian ini adalah berjumlah 60 pelaku usaha. Dengan sampel sebanyak 60 pelaku usaha, penelitian ini mengambil *purposive sampling* dengan kriteria:

1. UMKM makanan dan minuman yang sudah beroperasi selama 2 tahun.  
Alasannya, UMKM makanan dan minuman yang sudah beroperasi selama 2 tahun telah mengalami masa pandemi yang mulai menyebar pada tahun 2020.
2. UMKM makanan dan minuman yang memiliki minimal 5 karyawan. Sebab, menurut BPS usaha mikro memiliki karyawan setidaknya 5-10 karyawan.

Menurut Ferdinand (2006) penentuan jumlah sampel dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= \{4 \times \text{jumlah indikator yang digunakan}\} \\ &= 4 \times 15 \\ &= 60\end{aligned}$$

## **B. Metode Pengumpulan Data**

### **1. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli yang disebut sebagai responden, orang yang dijadikan objek dalam penelitian (Sugiyono, 2014). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari jawaban yang didapat dari kuesioner yang diberikan kepada responden penelitian, dan hasil dari pengujian yang dilakukan. Sedangkan data sekunder adalah data yang diambil dari sumber lain, seperti pangkalan data, website, data perusahaan, dan sumber lainnya. Data sekunder pada penelitian ini bersumber dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Magelang.

### **2. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan survei dengan penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM yang dibuat dalam bentuk link *google form* kemudian dikirim secara daring melalui whatsapp, instagram, *direct message*, dan sosial media lainnya. Kuesioner ini mengajukan beberapa pertanyaan terkait variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu Perkembangan Usaha, Lingkungan Bisnis, Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar.



### 3. Pengukuran Variabel

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert. Skala likert biasanya bertujuan sebagai alat ukur untuk mengukur sikap, dan pemahaman individu terhadap sebuah fenomena (Sugiyono, 2014).

Skala likert yang digunakan memiliki lima kategori yaitu:

- a. Sangat Setuju (SS) : 5
- b. Setuju (S) : 4
- c. Netral (N) : 3
- d. Tidak Setuju (TS) : 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

### 4. Definisi Operasional

Definisi operasional dari variabel-variabel penelitian adalah untuk memberikan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel-variabel diukur (Andriani, 2010). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perkembangan Usaha, Lingkungan Bisnis, Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar.

#### a. Perkembangan Usaha

Perkembangan usaha merupakan kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan. Perkembangan usaha merupakan sebuah konsep multidimensional dan hubungan antara orientasi wirausaha dan perkembangan usaha dapat tergantung pada indikator-indikator yang digunakan untuk mengakses kinerja (Lumpkin & Dess, 1996). Adapun indikator-indikator perkembangan usaha Kevitt dan Lawton dalam Samsir (2005) adalah sebagai berikut:

- 1) Produktivitas, yang dikur melalui perubahan output kepada perubahan disemua faktor input (modal dan tenaga kerja)
- 2) Perubahan di tingkat kepegawaian (output, teknologi, cadangan modal, mekanisme penyesuaian, dan pengaruh terhadap perubahan status)
- 3) Rasio finansial (mengurangi biaya pegawai dan meningkatkan nilai tambah pegawai).

#### **b. Lingkungan Bisnis**

Lingkungan bisnis merupakan faktor-faktor di luar perusahaan yang dapat menimbulkan peluang atau ancaman bagi perusahaan (Glueck & Jauch, 1999). Adapun indicator-indikator lingkungan bisnis menurut Kotler (2000) adalah sebagai berikut:

- 1) Pemasaran,
- 2) Keuangan, 3) Produksi,
- 4) Organisasi,
- 5) Kepemimpinan yang mampu dan berpandangan kedepan

#### **c. Orientasi Kewirausahaan**

Orientasi kewirausahaan adalah persepsi wirausahawan dalam mengelola usahanya (Sutanto & Nurrachman, 2018). Orientasi kewirausahaan merupakan orientasi untuk menjadi yang pertama dalam hal inovasi di pasar, memiliki sikap untuk mengambil risiko, dan proaktif terhadap perubahan yang terjadi di pasar.

Adapun indikator-indikator orientasi kewirausahaan Lee & Tsang (2001) adalah sebagai berikut:

- 1) Butuh pencapaian
- 2) Memiliki kendali diri
- 3) Kemandirian
- 4) Terbuka

#### **d. Orientasi Pasar**

*Market orientation* adalah adalah persepsi responden terhadap perilaku yang mampu secara efektif dan efisien menciptakan budaya bisnis sedemikian rupa sehingga menunjang upaya penciptaan nilai superior bagi pelanggan. Adapun indikator-indikator dari *Market orientation*

Menurut Narver dan Slater (1990) adalah sebagai berikut:

- 1) Orientasi Pelanggan
- 2) Orientasi Pesaing
- 3) Koordinasi Antar-Fungsi

### **C. Metode Analisis Data**

#### **1. Uji Kualitas Data**

##### **a. Uji Validitas**

Uji validitas merupakan sebuah pengukuran data yang menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur (Jogiyanto, 2018). Pengukuran dikatakan valid jika pengukur tujuannya dengan nyata atau dengan benar. Uji validitas penelitian ini dengan menggunakan analisis faktor. Pendekatan analisis faktor konfirmatori *confirmatory factor analysis* (CFA) digunakan untuk menguji apakah jumlah faktor yang diperoleh secara empiris sesuai dengan jumlah faktor

yang telah disusun secara teoritik atau menguji hipotesis-hipotesis mengenai eksistensi konstruk.

Analisis faktor seperti CFA perlu memenuhi serangkaian asumsi. Asumsi pertama adalah korelasi antar variabel harus cukup kuat, hal ini dapat dilihat dari nilai Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)  $> 0,50$ , selain itu sebuah instrumen penelitian dapat diterima jika nilai *loading factor* dari setiap itemnya adalah  $> 0,50$ . Serta signifikansi dari Barlett's Test  $< 0,50$  untuk memastikan variabel masih bisa diprediksi dan dianalisis lebih lanjut (Ghozali, 2013). Analisis faktor dapat menentukan seberapa besar faktor yang nantinya terbentuk mampu menjelaskan variabel.

#### **b. Uji Reabilitas**

Uji reabilitas merupakan suatu pengukuran data yang menunjukkan akurasi dan ketepatan dari pengukurannya. Reabilitas berhubungan dengan akurasi dari pengukurannya. Reabilitas berhubungan dengan konsistensi dari pengukur (Jogiyanto, 2018). Suatu pengukuran dikatakan reliabel jika dapat dipercaya. Supaya dapat dipercaya, maka hasil dari pengukuran harus akurat dan konsisten. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* dengan menggunakan software SPSS. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,70$  (Ghozali, 2013)

## **2. Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk memperoleh suatu persamaan dan garis yang menunjukkan persamaan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Ghozali (2014) menyatakan bahwa analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda

untuk menaksir hubungan kausalitas antara variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Rumus persamaannya adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Dimana:

Y : Perkembangan Usaha

$\alpha$  : Konstanta

X1 : Lingkungan Bisnis

X2 : Orientasi Kewirausahaan

X3 : Orientasi Pasar

$\beta$  : Koefisien Regresi

### 3. Uji Model

#### a. Uji R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi/ R Square)

Menurut Ghozali (2014), koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Koefisien determinasi ini digunakan karena dapat menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen. Nilai koefisien determinansi adalah antara nol (0) dan satu (1).

- 1) Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.
- 2) Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independennya memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

Dengan demikian, semakin tinggi nilai koefisien determinasi maka akan semakin baik pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Kelemahan penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang

dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  akan meningkat.

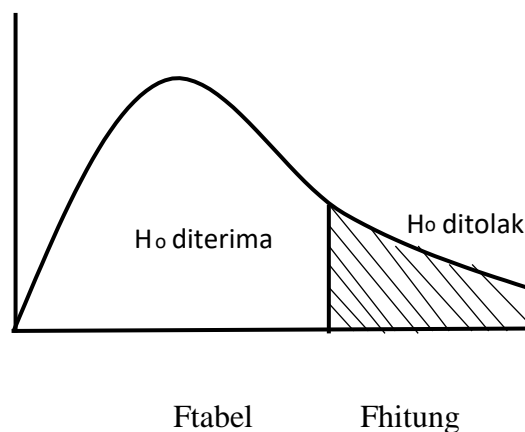
### b. Uji F

Menurut Ghozali (2014) uji F digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi dalam menaksir nilai aktual (*goodness of fit*). Uji F berfungsi untuk mengetahui apakah model yang digunakan telah cocok atau tidak. Penentuan kriteria uji F didasarkan pada perbandingan antara  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$ . Tingkat signifikansi pada penelitian ini sebesar 5% dengan derajat kebebasan pembilang ( $df_1$ ) =  $k-1$  dan derajat kebebasan penyebut ( $df_2$ ) =  $n-k-1$ .

- 1)  $H_0: \beta = 0$ , artinya tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2)  $H_a: \beta \neq 0$ , artinya ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan:

- 1)  $H_0$ : Apabila  $f_{hitung} < f_{tabel}$  atau  $p \text{ value} > \alpha = 5\%$  (0,05) maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak, artinya hipotesis penelitian dikatakan ditolak.
- 2)  $H_a$ : Apabila  $f_{hitung} > f_{tabel}$  atau  $p \text{ value} < \alpha = 5\%$  (0,05) maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima, artinya hipotesis penelitian dikatakan diterima.



### Gambar 3.1 Kurva Normal Uji F

#### a) Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Ghozali (2016) menjelaskan bahwa kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- 1)  $H_0: \beta = 0$ , maka tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2)  $H_a: \beta \neq 0$ , maka ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan:

- 1)  $H_0$ , Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan nilai sig  $> 0,05$  maka  $H_0$  terdukung dan  $H_a$  tidak terdukung. Maka tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2)  $H_a$ , Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai sig  $< 0,05$  maka  $H_0$  tidak terdukung dan  $H_a$  terdukung. Maka terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.



Gambar 3.2 Kurva Uji t





## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Atas dasar hasil analisis untuk menguji pengaruh lingkungan bisnis, orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, terhadap perkembangan UMKM. Berdasarkan pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Lingkungan bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM Kabupaten Magelang, yang dibuktikan dari nilai koefisien regresi sebesar 0.576 (positif) dan nilai signifikansi  $0.00 < 0.005$ . Hal ini menunjukkan bahwa H1 didukung oleh data, yang berarti semakin baik lingkungan bisnis maka perkembangan UMKM semakin tinggi.
2. Orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap perkembangan UMKM Kabupaten Magelang, dibuktikan dengan Nilai koefisien regresi variabel Orientasi Kewirausahaan ( $X_2$ ) sebesar -0.013 (negatif) dan nilai signifikansi variabel orientasi kewirausahaan adalah 0.924, lebih besar 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa H2 tidak didukung oleh data, yang berarti semakin baik orientasi kewirausahaan maka perkembangan UMKM akan semakin rendah.
3. Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM Kabupaten Magelang dapat dibuktikan dengan Nilai koefisien regresi variabel Orientasi Pasar ( $X_3$ ) sebesar 0.213 (positif) dan Nilai

signifikansi variabel Orientasi pasar adalah 0.025, lebih kecil dari dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa H1 didukung oleh data, yang berarti semakin baik orientasi pasar maka perkembangan UMKM semakin tinggi.

### **B. Keterbatasan Penelitian**

1. Pengujian ini hanya fokus pada pengujian lingkungan bisnis, orientasi kewirausahaan, dan orientasi pasar. Maka tidak dipungkiri adanya teoriteori lain diluar variabel tersebut yang mempengaruhi perkembangan UMKM.
2. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen untuk memprediksi variabel dependen.
3. Penelitian ini menggunakan *setting* usaha makanan dan minuman, sehingga terdapat kemungkinan pada tempat dan waktu yang berbeda menghasilkan hasil yang berbeda.

### **C. Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, ada beberapa saran:

1. Bagi UMKM
  - a. Sebaiknya UMKM mampu menjalankan operasionalnya sebaik mungkin sehingga dapat meningkatkan perkembangan UMKM. Dengan menjalankan operasional mulai perhitungan harga pokok

produksi (HPP), pemasaran yang tepat, transaksi jual beli, hingga perhitungan untung dan rugi.

b. Lingkungan bisnis berupa faktor internal dan eksternal adalah dua hal

yang tidak dapat dipisahkan. Faktor eksternal adalah indikator dari luar usaha itu sendiri. Maka bagi usaha UMKM harus lebih jeli dalam melihat peluang dan tantangan, serta selera konsumen.

c. Orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap perkembangan UMKM yang disebabkan oleh faktor-faktor yang menyebabkan pertukaran informasi tidak berjalan dengan maksimal. Sehingga pada pertukaran pengetahuan mampu menjelaskan variable perkembangan UMKM.

d. Banyak faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM sehingga pelaku usaha dituntut menyusun strategi yang tepat bagi usahanya, baik penentuan target pasar, strategi pemasaran, kualitas layanan, penentuan harga, dan kompetitor usaha.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

a. Penelitian selanjutnya perlu menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi perkembangan UMKM selain orientasi kewirausahaan, orientasi pasar.

b. Diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk menggunakan setting tempat yang berbeda sebagai objek penelitian.

c. Penelitian selanjutnya menggunakan subjek penelitian yang berbeda, tidak hanya UMKM makanan dan minuman, namun jenis usaha yang berbeda seperti usaha properti, kendaraan, elektronik, dan lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, D. (2018). Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UKM Kota Makassar. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)*, 5(1), 95–111. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/minds>
- Afdalia, N., Pontoh, G. T., & Kartini, K. (2014). *Theory Of Planned Behavior Dan Readiness For Change Dalam Memprediksi Niat Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010*. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia*, 18(2), 110-123.
- Anggraini, N., Marnis, M., & Samsir, S. (2014). *Strategi Orientasi Pasar, Inovasi, Dan Orientasi Pembelajaran Pengaruhnya Terhadap Kinerja Usaha Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada industri jasa salon kecantikan dan spa di kota pekanbaru)*. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, 4(12), 195-310.
- Azhara, Yeniza (2020). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah Dimediasi Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Kontruksi Bengkel Las Mahkamah Kota)*
- Bachtiar, N. K., & Amin, M. Al. (2019). Smes' Growth Stage Model: a Literature Review and Development Model. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 17(1), 1–18. <https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v17i1.2605>
- Bawono, Strategi: *Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Covin, J.G, & Slevin, D.P. (1989). Strategic Management Of Small Firms In Hostile And Benign Environments. *Strategic Management Journal* 10,75-87.
- Covin, J.G, & Slevin, D.P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory and Tractice*, 16(1), 7–25.
- Covin, J. G., Slevin, D. P., & Schultz, R. L. (1994). Implementing strategic missions: Effective strategic, structural, and tactical choices. *Journal of Management Studies*, 31(4), 481-503.

Frank, H., Kessler, A. & Fink, M. (2010). Entrepreneurial Orientation and Business Performance-A Replication Study. *Schmalenbach Business Review*, 62, 175198.

Feifei, Y. 2012. "Strategic Flexibility, Entrepreneurial Orientation and Firm Performance: Evidence from Small and Medium Sized Business (SMB) in China". *African journal of Business Management*, 6 (4), 1711-1720.

Ferdinand, Augusty, Prof. Dr. MBA, (2006), *Metode Penelitian Manajemen*, CV. Indoprint, Semarang.

French. (2018) *Cultural Diversity In Management, Firm Performance, And The Moderating Role Of Entrepreneurial Orientation Dimensions*. *Academy of Management Journal*, 47, 255-266.

Frishman, Horte, Alexander Kessler and Matthias Fink. 2011. *Entrepreneurial Orientation and Busiess Performance – A Replication Study*. *Entrepreneurial Orientation*. SBR 62: 175 – 198.

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS Edisi 9*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2004), *Model Persamaan Structural, Konsep Dan Aplikasi Dengan Program Amos 16.0*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Handayani, S., & Pambudi, A. (2013). *Perilaku Pengendalian Diri Pada Perilaku Manajemen Keuangan Personal Berdasarkan Pada Teori Planned Behavior Menggunakan Pendekatan Partial Least Square*. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 3(1).

Hanifati, K., & Pradhanawati, A. (2017). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kompetensi Sosial Dan Lingkungan Bisnis Terhadap Pertumbuhan Usaha (Studi Pada Rumah Makan Di Kecamatan Tembalang, Semarang)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 629-644.

Hartono, Jogyanto. 2017. *Metode Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan PengalamanPengalaman Edisi 6*. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta.

Hasim, Affendy Abu et.al. 2018. *The Effects of Entrepreneurial Orientation on Firm Organisational Innovation and Market Orientation Towards Firms Business Performance*. *International on Sociality ND Economics Development*. IPEDR Vol.10: 280 -284.

Hatta, I. H. (2015). *Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran dan Kinerja Pemasaran*. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 13 (4).

Indriantoro, N. dan Bambang Supomo. (2002). *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE

- Jui-Hsi, C., Jiun-Kai, H., Jian-feng, Z., & Ping, W. (2019). Open Innovation: The role of organizational learning capability, collaboration and knowledge sharing. *International Journal of Organizational Innovation*, 1(3), 260–272. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ent&AN=133901713&site=ehost-live>
- Keh, H. T., Nguyen, T. T. M., & Ng, H. P. (2007). The Effects of Entrepreneurial Orientation and Marketing Information on the Performance of SMEs. *Journal of Business Venturing*, 22, 592-611.
- Kohli, A.K., B. J. Jaworski, and A. Kumar. 1993. "MARKOR: A Measure of Market Orientation," *Journal of Marketing Research*, 30, 467-477.
- Koncuo, Mudrajad. 2006. *Strategi: Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Kumalaningrum, M.P. 2011. "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Profitabilitas UKM Dengan Orientasi Pasar Sebagai Variabel Pemeditasi". *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis*. 6(2):99-112
- Kumalaningrum, M.P. 2012. "Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, Innovation Success, dan Profitabilitas Usaha Kecil dan Menengah". *Jurnal Akuntansi dan Manajemen (JAM)*, 23 (1): 13-25.
- Lee, D. Y., & Tsang, E. W. (2001). *The effects of entrepreneurial personality, background and network activities on venture growth*. *Journal of management studies*, 38(4), 583-602.
- Lukiastuti, F. (2012). *Pengaruh orientasi wirausaha dan kapabilitas jejaring usaha terhadap peningkatan kinerja ukm dengan komitmen perilaku sebagai variabel intervening (Studi empiris pada sentra UKM batik di Sragen, Jawa Tengah)*. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 8(2), 155-175.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). *Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance*. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.
- Mahyarni, M. (2013). *Theory of reasoned action dan theory of planned behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku)*. *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13-23.
- Miller, D., & Friesen, P. H. (1982). Innovation in conservative and entrepreneurial firms: two models of strategic momentum. *Strategic Management Journal*, 3, 1–25.

- Mulyani, I. T. & Mudiantono. (2015). Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan dengan Inovasi sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada usaha mikro kecil dan menengah Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 4 (3), 1-12.
- Murphy, G. B., Trailer, J. W., & Hill, R. C. (1996). *Measuring performance in entrepreneurship research*. *Journal of Business Research*, 36,15-23
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). *The effect of a market orientation on business profitability*. *The Journal of marketing*, 20-35.
- Noeraini, I. A., & Sugiyono, S. (2016). *Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Dan Hargaterhadap Kepuasan Pelanggan JNE Surabaya*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5).
- Ratwianingsih, Lely (2018), *Dampak Lingkungan Bisnis Terhadap Pertumbuhan Sektor Industri Provinsi Jawa Tengah Sebagai Upaya Percepatan Era Asean Economic Community*, *Dinamika: Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol 10 No 1
- Richard, O. C., Barnett, T., Dwyer, S., & Chadwick. K. (2004). *Cultural diversity in management, firm performance, and the moderating role of entrepreneurial orientation dimensions*. *Academy of Management Journal*, 47, 255-266.
- Rosyafah, S. (2017, October). *Pengaruh Lingkungan Bisnisterhadap Kinerja (Studi Pada Ukm Produk Unggulan Di Kabupaten Sidoarjo)*. In *Prosiding Seminar Nasional Asosiasi Ilmu Manajemen Indonesia (Aimi): Peningkatan Nilai Tambah Resources Dalam Lingkungan Yang Penuh Ketidakpastian* (Pp. 459466).
- Suci, N. M. (2016). *Pengaruh Pembinaan Pemerintah Terhadap Pertumbuhan Usaha Yang Dimediasi Oleh Sikap Pada Pertumbuhan Usaha, Norma Subyektif Dan Perceived Behavior Control Pengusaha UKM*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 5(1).
- Scott, J., & Marshall, G. (2005). *A Dictionary of Sociology*. Chicago, IL: Oxford University Press.
- Setyawati, Harini Abrilia, (2013) *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing Dan Persepsi Ketidakpastian Lingkungan Sebagai Prediksi Variabel Moderasi (Survey Pada Umkm Perdagangan Di Kabupaten Kebumen)*, *Jurnal Fokus Bisnis*, Volume 12, No 02, bulan Desember



- Smart, D.T. and Conant, J.S. (1994). *Entrepreneurial Orientation, Distinctive Marketing Competencies and Organizational Performance*. *Journal of Applied Business Research*. 10 (3), 28–38.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Sutanto, O., & Nurrachman, N. (2018). Makna Kewirausahaan Pada Etnis Jawa, Minang, Dan Tionghoa: Sebuah Studi Representasi Sosial. *Jurnal Psikologi Ulayat*, 5(1), 86. <https://doi.org/10.24854/jpu12018-75>
- Suyono, Eko, *Pengaruh Lingkungan Bisnis Eksternal, Formulasi Strategi, Dan Pengendalian Intern Terhadap Kinerja Perusahaan (Survei Pada Pt Bpr/Bkk Milik Pemerintah Dan Swasta Di Wilayah Kabupaten Banyumas Dan Purbalingga)*, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Jendral Soedirman*, [oai:jp.feb.unsoed.ac.id:article/](http://oai.jp.feb.unsoed.ac.id:article/)
- Tajeddini, K. (2010). *Effect of Customer Orientation and Entrepreneurial Orientation on Innovativeness: Evidence from The Hotel Industry in Switzerland*. *Tourism Management*, 31, 221-231
- Wardoyo, P., Rusdianti, E., & Purwantini, S. (2015). *Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap strategi usaha dan kinerja bisnis UMKM di Desa Ujung-Ujung, Kec. Pabelan, Kab Semarang*. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 5(1).
- Wikamorys, A., Rochmach, N., Thinni. (2017) *Aplikasi Theory Of Planned Behavior Dalam Membangkitkan Niat Pasien Untuk Melakukan Operasi Katarak*. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia Volume 5 Nomor 1 Januari-Juni 2017*.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2013). *Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses*. *Strategic management journal*, 24(13), 1307-1314.
- Wiwoho, G. (2013). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran Terhadap Inovasi Produk, Dan Kinerja Pemasaran (Studi pada Sentra Industri Kecil Rumah Tangga Kerajinan Anyaman Pandan di Desa Grenggeng Kecamatan Karanganyar Kabupaten Kebumen). *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 12(2). <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v12i2.5>

Zahra, S. (1991). *Predictors and Financial Outcomes of Corporate Entrepreneurship: An Exploratory Study*. *Journal of Business Venturing*. 6, 259-286.

Zahra, S. and Covin, J.G. (1995). *Contextual Influences on the Corporate Entrepreneurship-performance Relationship: A Longitudinal Analysis*.

Zhou, Kevin Zheng, James R. Brown, Chekitan S. Dev. 2008. *Market Orientation, Competitive Advantage, and Performance: A Demand –Based Perspective*. *Journal Of Business Research*. 62 :1063 – 1070