

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN
ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA BISNIS PADA
USAHA MIKRO DAN KECIL OLAHAN PANGAN DI
KABUPATEN POLEWALI MANDAR**

ALMUNAWIR

A0120010



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
MAJENE
2025**



**UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
PROGRAM SARJANA**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Almunawir

NIM : A0120010

Program Studi : Agribisnis

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Pada Usaha Mikro dan Kecil Olahan Pangan di Kabupaten Polewali Mandar”** adalah benar merupakan hasil karya saya di bawah arahan dosen pembimbing dan belum pernah diajukan ke perguruan tinggi manapun serta seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Majene, 22 Mei 2025



Almunawir

NIM A0120010

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Pada Usaha Mikro dan Kecil Olahan Pangan di Kabupaten Polewali Mandar

Nama : Almunawir

NIM : A0120010

Disetujui oleh

Pembimbing I



Fitri, S.P., M.Si
NIP. 198711052022032003

Pembimbing II



Hasniar, S.P., M.Si
NIP. 198312312024212021

Diketahui oleh

Dekan,
Fakultas Pertanian dan Kehutanan



Prof. Dr. Kaimuddin, M.Si
NIP. 196005121989031003

Ketua Program Studi
Agribisnis



Astina, S.P., M.Si
NIP. 199007222024212036

Tanggal Lulus: 20 Mei 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul:

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Pada Usaha Mikro dan Kecil Olahan Pangan di Kabupaten Polewali Mandar

Disusun oleh:
ALMUNAWIR
A0120010

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji Skripsi
Fakultas Pertanian dan Kehutanan
Universitas Sulawesi Barat
Pada tanggal 20 Mei 2025 dan dinyatakan **LULUS**

SUSUNAN TIM PENGUJI

Tim Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1. Dr. Arman Amran, S.P., M.P		23 / 05 / 2025
2. Ikawati, S. TP., M.Si		27 / 05 / 2025
3. Dian Utami Zainuddin, S.Si., M.Si		23 / 05 / 2025

SUSUNAN KOMISI PEMBIMBING

Komisi Pembimbing	Tanda Tangan	Tanggal
1. Fitri, S.P., M.Si		23 / 05 / 2025
2. Hasniar, S.P., M.Si		23 / 05 / 2025

ABSTRAK

ALMUNAWIR. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Pada Usaha Mikro dan Kecil Olahan Pangan di Kabupaten Polewali Mandar. Dibimbing oleh **FITRI** dan **HASNIAR**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner dengan skala likert satu sampai lima. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengusaha mikro dan kecil olahan pangan di Kabupaten Polewali Mandar dengan sampel sebanyak 30 responden. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dimana sampel yang dipilih sesuai ciri-ciri tertentu. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis *Partial Least Squares - Structural Equation Modelling* (PLS-SEM) dengan bantuan *software* WarpPLS 7.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis dengan nilai t-statistic yaitu sebesar 2,561 dengan besar pengaruh sebesar 0,386, nilai P-value sebesar 0,008 dan orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis dengan nilai t-statistic yaitu sebesar 3,186 dengan besar pengaruh sebesar 0,462, nilai P-value sebesar 0,002.

Kata kunci: Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Kinerja Bisnis.

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Keberadaan usaha mikro dan kecil merupakan bagian terbesar dalam perekonomian nasional. Usaha mikro dan kecil selama ini terbukti dapat diandalkan pada saat krisis ekonomi melanda Indonesia. Saat ini, usaha mikro dan kecil merupakan potensi bisnis yang sangat di galakkan oleh pemerintah Indonesia. Hal ini dikarenakan, dengan semakin banyaknya masyarakat yang berwirausaha maka akan semakin baik dan kokoh perekonomian suatu daerah karena sumber daya lokal, pekerja lokal, dan pembiayaan lokal dapat terserap dan bermanfaat secara optimal (Ritonga & Yulhendri, 2019).

Berdasarkan Peraturan Menteri Koperasi dan UKM No 5 Tahun 2020, usaha mikro dan kecil di bagi dalam beberapa sektor, salah satunya adalah usaha mikro dan kecil olahan pangan. Usaha mikro dan kecil olahan pangan ini memiliki prospek positif untuk terus dikembangkan, yang nantinya akan berdampak pada berkurangnya tingkat pengangguran. Bukan hanya dari segi tenaga kerja, usaha mikro dan kecil juga masih mempunyai peluang dan harapan untuk mengembangkan usahanya. Peluang peningkatan ekspor masih terbuka jika pelaku usaha mikro dan kecil mau melakukan pambaharuan produk dan membentuknya dengan teknologi.

Sulawesi Barat adalah salah satu provinsi di Pulau Sulawesi, yang kehidupan masyarakatnya masih banyak mangandalkan hasil pertanian guna memenuhi kebutuhan keluarga. Hasil alam yang melimpah membuat masyarakat harus mengolahnya menjadi berbagai olahan pangan. Pengolahan ini tentunya juga dapat menjadi peluang bagi masyarakat untuk berwirausaha (Syamsuri et al, 2022).

Tabel 1. Usaha Mikro dan Kecil di Sulawesi Barat

No	Kabupaten	2021		2022		2023	
		Mikro	Kecil	Mikro	Kecil	Mikro	Kecil
1	Majene	4.329	72	7.185	2.654	20.883	708
2	Polewali Mandar	7.819	821	50.071	9.341	58.138	2.589
3	Mamasa	341	243	27.848	2.190	800	0

4	Mamuju	5.671	2.351	1.559	789	18.288	2
5	Pasangkayu	7.634	97	836	154	15.493	992
6	Mamuju Tengah	176	265	958	289	11.296	786
Sulawesi Barat		25.970	3.849	88.457	15.417	124.898	5.077

Sumber: DISKOMINFOSANTIK (2024)

Berdasarkan pada tabel 1. Diketahui bahwa pertumbuhan usaha mikro dan kecil dari tahun 2021-2023 terdapat Kabupaten yang memiliki jumlah paling tinggi yaitu Kabupaten Polewali Mandar sebesar 8.640 unit di tahun 2021, 59.412 unit di tahun 2022 dan 60.727 unit di tahun 2023. Pada saat yang bersamaan dapat pula di lihat bahwa terjadi peningkatan usaha mikro dan kecil di Kabupaten Polewali Mandar pada tahun 2021-2023. Dengan peningkatan jumlah usaha mikro dan kecil yang terjadi ini membuktikan bahwa tingginya persaingan antara sesama pelaku usaha mikro dan kecil di Kabupaten Polewali Mandar. Ini membuktikan bahwa Kabupaten Polewali Mandar menjadi salah satu kota teramai dan merupakan pusat perekonomian dari Provinsi Sulawesi Barat. Pengembangan usaha mikro dan kecil merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi di Kabupaten Polewali Mandar.

Usaha mikro dan kecil di Kabupaten Polewali Mandar terbukti mampu menjadi penggerak perekonomian di Kabupaten Polewali Mandar, serta berperan sebagai sumber pendapatan sebagian besar penduduk di Kabupaten Polewali Mandar. Salah satu usaha yang diminati oleh penduduk di Kabupaten Polewali Mandar adalah jenis usaha olahan pangan. Usaha olahan pangan memiliki peluang besar untuk berkembang karena didukung oleh kondisi geografis dan sumber daya alam Kabupaten Polewali Mandar. Luas alam Kabupaten Polewali Mandar memungkinkan menyiapkan hasil alam yang besar. Hal ini terbukti dengan kontribusi pertanian yang besar, besarnya hasil pertanian dapat menjadi input dan bahan baku industri pengolahan terkhusus pada usaha olahan pangan.

Melihat peluang bisnis yang besar pada usaha sektor olahan pangan terdapat kendala yang masih dialami oleh sebagian pelaku usaha mikro dan kecil sektor olahan pangan di Kabupaten Polewali Mandar, yaitu masalah finansial disini modal awal biasanya bersumber dari tabungan pribadi para pelaku usaha sedangkan modal kerja dan finansial jangka panjang diperoleh dari pinjaman kredit, keterbatasan

dalam akuntansi data dan alat dan mesin produksi. Hal tersebut sangat dibutuhkan untuk mempertahankan atau meningkatkan kinerja bisnis, sehingga para pelaku usaha memerlukan upaya untuk memaksimalkan kinerja bisnis mereka, agar usaha yang dijalankan dapat tetap bertahan di tengah persaingan usaha yang tinggi. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah para pelaku usaha yaitu memahami faktor internal individu pengusaha itu sendiri dan menerapkannya pada usaha yang dijalankan, yaitu faktor orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar.

Fokus penelitian ini adalah faktor internal atau individu yaitu pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis mikro dan kecil sektor olahan pangan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mahfud, et al (2019) mengungkapkan bahwa peran faktor personal sangat penting dalam melahirkan wirausahawan baru dan dalam meningkatkan kinerja usahanya. Usaha mikro dan kecil memiliki tuntutan untuk memiliki kapabilitas dan strategi yang dinamis yang diharapkan mampu membaca dan mengidentifikasi peluang serta memiliki kapabilitas dalam melihat peluang kemajuan usaha (Amrulloh, 2017).

Wirausahawan yang memiliki orientasi kewirausahaan tinggi ditandai dengan kemauan yang kuat, keberanian mengambil risiko, dan juga memiliki kreativitas dalam menjalankan usahanya. Kemampuan ini akan meningkatkan kinerja usaha mikro dan kecil. Selain itu, wirausaha yang mempunyai orientasi pasar juga dapat meningkatkan kinerja usaha mikro dan kecil. Pengusaha yang memiliki orientasi pasar yang tinggi akan mampu memenuhi keinginan pasar dan memenuhi kepuasan pelanggan.

Kedua orientasi tersebut merupakan dua hal yang diperlukan dalam mengatasi tekanan lingkungan bisnis, serta membantu pelaku usaha untuk melihat dan memanfaatkan peluang bisnis. Hal ini didukung oleh pendapat Abbas (2018), yang menyatakan bahwa seseorang yang melakukan suatu usaha tidak memiliki kendali atas faktor lingkungan sekitarnya, namun dengan memahami orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar, selanjutnya membuat berbagai strategi dalam mencapainya, perusahaan telah bergerak maju kearah untuk peningkatan kinerjanya.

Penjelasan di atas dapat dimaknai orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar dapat dilihat dari bagaimana usaha mikro dan kecil melakukan inovasi, berani

dalam pengambilan resiko dan selalu aktif sangat dibutuhkan dalam peningkatan profitabilitas usaha mikro dan kecil. Sama halnya orientasi pasar yang harus diprioritaskan adalah kepuasan pelanggan, dan memiliki strategi untuk menghadapi pesaing dengan kata lain apabila hal ini tidak terdapat dalam suatu usaha mikro kecil maka akan memberikan dampak menurunnya pertumbuhan dan kinerja usaha mikro kecil.

Berbagai penelitian terdahulu telah menggunakan dimensi orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar untuk mengukur kinerja bisnis UMKM secara umum. Namun, terdapat perbedaan hasil yang ditunjukkan pada penelitian terdahulu. Pada penelitian Mustafa (2023) di simpulkan bahwa orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada pelaku UMKM olahan pangan di Kabupaten Bone Bolango. Sedangkan hasil penelitian Ahmatang & Sari (2022) di simpulkan bahwa orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di Pulau Sebatik.

Hingga saat ini juga belum terdapat informasi penelitian mengenai pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis usaha mikro dan kecil khususnya usaha mikro dan kecil olahan pangan yang ada di Polewali Mandar. Penelitian ini perlu dilakukan untuk memperdalam pengetahuan tentang peranan orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar dalam kinerja bisnis pada usaha mikro dan kecil sektor olahan pangan di Kabupaten Polewali Mandar. Penelitian ini juga memberikan masukan yang tepat kepada pengambil keputusan yakni pelaku usaha mengenai tindakan apa yang perlu diambil agar memberikan dampak positif bagi bisnis.

1.2. Rumusan masalah

- a) Bagaimana pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis pada usaha mikro dan kecil olahan pangan di Kabupaten Polewali Mandar?
- b) Bagaimana pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja bisnis pada usaha mikro dan kecil olahan pangan di Kabupaten Polewali Mandar?

1.3. Tujuan penelitian

Berdasarkan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini, yaitu:

- a) Untuk menganalisis pengaruh antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis pada usaha mikro dan kecil olahan pangan di Kabupaten Polewali Mandar.
- b) Untuk menganalisis pengaruh antara orientasi pasar terhadap kinerja bisnis pada usaha mikro dan kecil olahan pangan di Kabupaten Polewali Mandar.

1.4. Manfaat penelitian

Diharapkan beberapa pihak dapat memperoleh manfaat dari pelaksanaan penelitian ini, antara lain;

- a) Manfaat Teoritis

Berkontribusi pada kemajuan ilmu pengetahuan dan menjadi referensi bagi para akademisi yang berniat melakukan penelitian tambahan pada subjek yang sama, sehingga memungkinkan peneliti selanjutnya menyempurnakan penelitian yang telah dilakukan.

- b) Manfaat Praktis

Setiap pelaku usaha mikro dan kecil diharapkan dapat memperoleh wawasan dari kajian ini untuk lebih meningkatkan kinerja, mengembangkan dan mempertahankan usahanya. Sebagai masukan bagi stakeholder kepada pemerintah atau dinas terkait untuk membuat kebijakan yang dapat meningkatkan kinerja bisnis.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Orientasi Kewirausahaan

2.1.1. Pengertian Orientasi Kewirausahaan

Istilah kewirausahaan berasal dari kata wira dan usaha. Wira mengacu pada pejuang, manusia unggul, panutan, karakter yang berbudi luhur, berani, dan mulia. Usaha adalah perbuatan amal, bekerja, dan melakukan sesuatu (Darmanto et al, 2018). Kewirausahaan adalah keterampilan kreatif dan inovatif yang digunakan sebagai landasan dan sumber daya untuk mengejar peluang menuju kesuksesan. Kewirausahaan dianggap sebagai pelopor dalam pencapaian pertumbuhan ekonomi jangka panjang yang sangat kompetitif bagi perusahaan (Merakati et al, 2017). Selain itu, orientasi kewirausahaan merupakan komponen yang sangat penting dalam mengembangkan suatu usaha (Abbas, 2018). Orang yang melakukan kegiatan wirausaha biasa disebut sebagai wirausahawan.

Orientasi kewirausahaan adalah metode atau praktik serta pengambilan keputusan yang mengarahkan bisnis untuk memasuki pasar baru dan mencerminkan kecenderungan individu untuk berinovasi, proaktif, atau bersedia mengambil risiko untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Aulia et al, 2019). Selain itu, orientasi kewirausahaan perusahaan berkembang menjadi sumber daya dan kapabilitas yang memberikan keunggulan bersaing dan kinerja unggul (Silviasih, 2016). Pendapat lain mengungkapkan bahwa orientasi kewirausahaan adalah proses, praktik, dan aktivitas yang memanfaatkan inovasi produk, pengambilan keputusan, dan upaya proaktif untuk mengalahkan pesaing (Jayaningrum & Sanawiri, 2018).

Buli (2017) mendefinisikan orientasi kewirausahaan adalah serangkaian proses kewirausahaan yang mengacu pada perilaku untuk masuk pasar atau masuk ke pasar yang sudah mapan dengan barang atau jasa baru atau yang sudah ada. Menurut Fan *et al.* (2021) mendefinisikan orientasi kewirausahaan adalah kemampuan perusahaan dari segi sumber daya tidak berwujud yang berharga dalam mengeksekusi peluang baru dengan cara yang unik sehingga tidak dapat dengan mudah untuk ditiru. Vincent & Zakkariya (2021) mendefinisikan orientasi

kewirausahaan mengacu pada tingkat kemampuan perusahaan dalam mengadopsi cara yang unik dalam mengejar keunggulan kompetitif perusahaan. Perlines *et al*, (2017) mengungkapkan bahwa terdapat tiga indikator untuk mengukur orientasi kewirausahaan, yakni: berfikir kreatif dan inovatif, aktif dan inisiatif, dan situasi berisiko.

Menurut beberapa pandangan tersebut di atas, seorang wirausahawan dengan orientasi kewirausahaan adalah seseorang yang menunjukkan perilaku inovatif, proaktif, dan bersedia mengambil risiko ketika mengambil keputusan dalam menghadapi ketidakpastian untuk menghasilkan perubahan yang dapat meningkatkan kelangsungan usaha dan kelangsungan hidup lingkungan sekitar.

2.1.2. Indikator Orientasi Kewirausahaan

Terdapat tiga dimensi atau kriteria dalam pengukuran orientasi kewirausahaan yang dikemukakan oleh Miller (1983) dalam Ranto (2016), diantaranya sebagai berikut:

1. *Innovativeness* (Kemampuan Berinovasi)

Innovativeness (Kemampuan Berinovasi) merupakan tindakan yang terus melakukan riset dan penciptaan sebuah perubahan yang mengarah pada penciptaan metode, strategi dan produk baru dan berbeda dengan pesaing lainnya. Proaktif sendiri menjadi sebuah strategi yang memberikan proyeksi untuk terus melakukan perubahan dengan mengikuti perkembangan akan kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan.

2. *Risk Taking* (Pengambilan Risiko)

Pengambilan risiko adalah mengambil tindakan tegas dalam lingkungan yang tidak pasti dengan menjelajahi yang tidak diketahui, meminjam dalam jumlah besar, dan mengalokasikan sumber daya yang signifikan untuk bisnis. Sebagai seorang wirausaha berani mengambil risiko atas ketidakpastian kedepannya menjadi salah satu kunci utama untuk dapat terus berkembang maju.

3. *Proactiveness* (Keaktifan)

Proaktif adalah cara pandang ke depan yang mencari peluang di masa depan. Ini ditandai dengan memperkenalkan produk atau layanan baru di depan persaingan dan bertindak untuk mengantisipasi permintaan di masa depan. Dengan adanya perilaku aktif dalam mencari terobosan baru dapat menjadi strategi jitu bagi wirausahawan untuk menciptakan produk yang tidak terfikirkan oleh pesaing

sehingga dapat menawarkan produk atau jasa yang berbeda dari umumnya namun tidak terlepas dari pemenuhan keinginan dan kebutuhan yang sesuai dengan permintaan konsumen.

2.2. Orientasi Pasar

2.2.1. Pengertian Orientasi Pasar

Orientasi pasar menjadi salah satu budaya organisasi yang memiliki peran penting bagi perusahaan dalam menghasilkan jasa dan produk yang akan diperjual belikan menggunakan strategi orientasi pasar sebagai sebuah pertimbangan. Diperkirakan bahwa bisnis yang berfokus pada pasar lebih mampu memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan mencari informasi tentang pasar. Orientasi pasar seperti yang dikemukakan oleh Narver dan Slater, adalah budaya bisnis di mana organisasi menumbuhkan perilaku untuk terus kreatif dalam menciptakan nilai unggul bagi pelanggan dengan tetap berkonsentrasi pada kepentingan dan profitabilitas jangka panjang (Darmanto et al, 2018).

Orientasi pasar merupakan komponen yang sangat penting dalam upaya pengembangan usaha. Tanpa adanya orientasi pasar suatu usaha akan sulit untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain. Selain itu, orientasi pasar adalah metode di mana bisnis dapat mengidentifikasi pasar dan menggunakannya sebagai landasan strategi perusahaan (Abbas, 2018). Ali *et al.* (2020) mendefinisikan orientasi pasar adalah generalisasi pasar oleh perusahaan dengan prioritas melayani kebutuhan pelanggan saat ini maupun di masa depan. Lekmat *et al.* (2018) mendefinisikan orientasi pasar adalah kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai pelanggan berdasarkan kecerdasan pelanggan dan pesaing.

2.2.2. Indikator Orientasi Pasar

Menurut Narver & Slater (1990) dalam Ali et al (2020), mengungkapkan bahwa terdapat dua indikator untuk mengukur orientasi pasar, yakni: memenuhi keinginan pelanggan (orientasi pelanggan) dan pemahaman terhadap pesaing (orientasi pesaing).

1. Orientasi pelanggan

Orientasi pelanggan adalah kemampuan perusahaan untuk memahami para pelanggannya. Orientasi pelanggan merupakan pemahaman yang cukup terhadap

para pembeli, sasaran dari pembeli adalah mampu menciptakan penampilan yang lebih superior bagi perusahaan.

2. Orientasi pesaing

Orientasi pesaing berarti bahwa perusahaan memahami kekuatan jangka pendek, kelemahan, kemampuan jangka panjang dan strategi dari para pesaing potensialnya. Orientasi terhadap kompetitor adalah pengetahuan yang dimiliki perusahaan tentang kekuatan dan kelemahan baik jangka pendek maupun jangka panjang dari kompetitor saat ini maupun kompetitor potensialnya.

2.3. Kinerja Bisnis

2.3.1. Pengertian Kinerja Bisnis

Fan *et al.* (2021) mendefinisikan kinerja bisnis adalah upaya perusahaan untuk meningkatkan hubungan pelanggan, kualitas layanan, keterlibatan pelanggan yang meningkatkan visibilitas dan reputasi perusahaan. Menurut Vincent dan Zakkariya (2021) mendefinisikan kinerja bisnis adalah perusahaan yang memanfaatkan karakteristik unik dan berbagai sumber daya dan kemampuan perusahaan untuk dikembangkan agar mencapai keunggulan kompetitif. Kharabsheh *et al.* (2017) mendefinisikan kinerja bisnis kemampuan perusahaan untuk mempertahankan pelanggan, keberhasilan menciptakan produk, memaksimalkan pertumbuhan penjualan dan bekerja secara efektif untuk mencapai tujuan.

Kinerja bisnis dapat diartikan sebagai tingkat pencapaian hasil atas pelaksanaan suatu pekerjaan tertentu, sehingga secara berkesinambungan manajemen kinerja juga dapat diartikan sebagai rangkaian proses yang dimulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kinerja berupa pemberian penghargaan dan hukuman. Rangkaian kegiatan tersebut haruslah dilakukan secara berkesinambungan agar dapat mencapai target yang telah ditetapkan sebelumnya (Hibatullah & Moko, 2022).

2.3.2. Indikator Kinerja Bisnis

Terdapat tiga dimensi atau kriteria dalam pengukuran Indikator kinerja bisnis menurut Hadjimonalis (2000) dalam Hibatullah & Moko (2022), diantaranya sebagai berikut;

1. Peningkatan penjualan

Penjualan merupakan proses yang sangat penting setelah suatu produk diproduksi. Perusahaan harus mampu bisa menerapkan suatu strategi agar produk tersebut bisa terjual. Dengan penjualan yang sesuai dengan harapan perusahaan tentu akan berdampak pada sebuah pertumbuhan penjualan dari produk tersebut.

2. Peningkatan pendapatan

Pertumbuhan pendapatan sebuah perusahaan haruslah menjadi faktor yang krusial untuk didapatkan. Karena dengan adanya pertumbuhan pendapatan bisa dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mengembangkan usaha yang di miliknya.

3. Peningkatan pangsa pasar

Pangsa pasar merupakan presentase penjualan sebuah perusahaan pegang dari bisnis keseluruhan atau penjualan oleh semua pesaing gabungan di pasar tertentu. Dalam hal ini sebuah perusahaan haruslah bisa melebarkan pangsa pasar agar tidak tergerus oleh perusahaan lain.

2.4. Usaha Mikro dan Kecil

Usaha mikro kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria usaha mikro dan kecil. Usaha mikro dan kecil lebih menekankan pada terminologi usaha produktif dengan karakteristiknya seperti usaha yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro dan kecil (Hanim & Noerman, 2018)

Kriteria usaha mikro kecil dimuat dalam salah satu peraturan turunan dari UU Nomor 20 Tahun 2008, yaitu pasal 6 mengenai kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Berdasarkan pasal tersebut, Usaha Mikro dan Kecil digolongkan atas kriteria nominal modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Kriteria berupa modal usaha dipakai dalam mendirikan atau mendaftarkan kegiatan usaha mikro dan kecil. Berikut kriteria dari usaha mikro dan kecil yaitu:

- 1) Kategori modal usaha; Usaha Mikro yang mempunyai modal usaha sampai sebanyak-banyaknya Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah). Artinya, pelaku usaha dapat masuk dalam kategori usaha mikro jika memiliki modal usaha \leq

lima puluh juta rupiah. Nominal modal ini belum termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

- 2) Kategori modal usaha; Usaha Kecil yang mempunyai modal usaha lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah). Artinya, pelaku usaha dapat masuk dalam kategori usaha kecil jika memiliki modal usaha \geq lima puluh juta rupiah dan \leq lima ratus juta rupiah. Nominal modal ini belum termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 3) Kategori hasil penjualan tahunan; Usaha Mikro yang mempunyai hasil penjualan tahunan hingga sebanyak-banyaknya Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah). Artinya, pelaku usaha dapat masuk dalam kategori usaha mikro jika memiliki hasil penjualan tahunan sebanyak \leq tiga ratus juta rupiah.
- 4) Kategori hasil penjualan tahunan; Usaha Kecil yang mempunyai hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah). Artinya, pelaku usaha dapat masuk dalam kategori usaha kecil jika memiliki hasil penjualan tahunan sebanyak \geq tiga ratus juta rupiah dan \leq dua milyar lima ratus juta rupiah.

2.5. Olahan Pangan

Pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang paling utama dan pemenuhannya merupakan bagian dari hak asasi manusia yang dijamin dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 sebagai komponen dasar untuk mewujudkan sumber daya manusia yang berkualitas. Pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, dan perairan baik yang diolah maupun tidak diolah, yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan dan bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan pengolahan, dan/atau pembuatan makanan dan minuman (UU No. 18 Tahun 2012 tentang pangan pasal 1)

Olahan pangan terbagi menjadi dua macam, yaitu :

1. Olahan pangan siap saji merupakan pangan atau makanan yang telah diolah dan dapat langsung digunakan di tempat kerja

2. Olahan pangan kemasan merupakan merupakan pangan atau makanan yang telah diolah tetapi masih memerlukan tahapan pengolahan lebih lanjut jika ingin di konsumsi

Produk olahan pangan adalah makanan dan minuman yang telah mengalami proses pengolahan dengan cara atau metode tertentu, dengan atau tanpa bahan tambahan.

2.6. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Mustari *et al*, (2021) dengan judul Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar. Pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling*. Analisis data yang digunakan *structural equation modeling*. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar memiliki dampak yang positif pada kinerja UMKM di Kota Makassar.

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmatang & Sari, (2022) yang berjudul Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha Dimediasi Keunggulan Bersaing Pada UMKM di Pulau Sebatik. Metode analisis data yang digunakan yaitu kuantitatif Analisis yang di gunakan pada penelitian ini adalah metode *structural equation model (SEM)* dengan metode alternatif *partial last square (PLS)*. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa : (1) Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM di Pulau Sebatik, (2) Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM di Pulau Sebatik, (3) Orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha UMKM di Pulau Sebatik, (4) Orientasi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha UMKM di Pulau Sebatik, (5) Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM di Pulau Sebatik, (6) Orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha yang dimediasi keunggulan bersaing UMKM di Pulau Sebatik tidak berpengaruh signifikan, (7) Orientasi pasar terhadap kinerja usaha yang dimediasi keunggulan bersaing UMKM di Pulau Sebatik tidak berpengaruh signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Calvin Hamel & Andi Wijaya, (2020) yang berjudul Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja

Usaha UKM di Jakarta Barat. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif menggunakan desain penelitian kausal yang bertujuan membuat deskriptif secara sistematis, factual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi. Data dianalisis menggunakan PLS-SEM dimana data diolah dengan program *software* SmartPLS 3. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha pada UKM di wilayah Jakarta Barat.

Penelitian yang dilakukan oleh Harry Darwis & Louis Utama, (2020) yang berjudul Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM di Jakarta Barat. Metode analisis data yang digunakan kuantitatif Desain atau metode menggunakan pendekatan model konseptual yang dikembangkan di uji menggunakan partial least square (PLS). Hasil penelitian menyimpulkan bahwa baik orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan bertindak sebagai dasar untuk meningkatkan kinerja bisnis di antara pengecer kecil dan dapat dikatakan bahwa orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan sepenuhnya membuka kunci potensi penciptaan nilai mereka diantara perusahaan ritel kecil.

Penelitian yang dilakukan oleh Mustafa (2023) yang berjudul Orientasi Kewirausahaan Dan Pasar Serta Efeknya Terhadap Kinerja Bisnis UMKM Olahan Pangan di Kabupaten Bone Bolango. Metode analisis yang digunakan kuantitatif dengan teknik analisis data berupa uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik dan regresi berganda. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada pelaku UMKM olahan pangan di Kabupaten Bone Bolango.

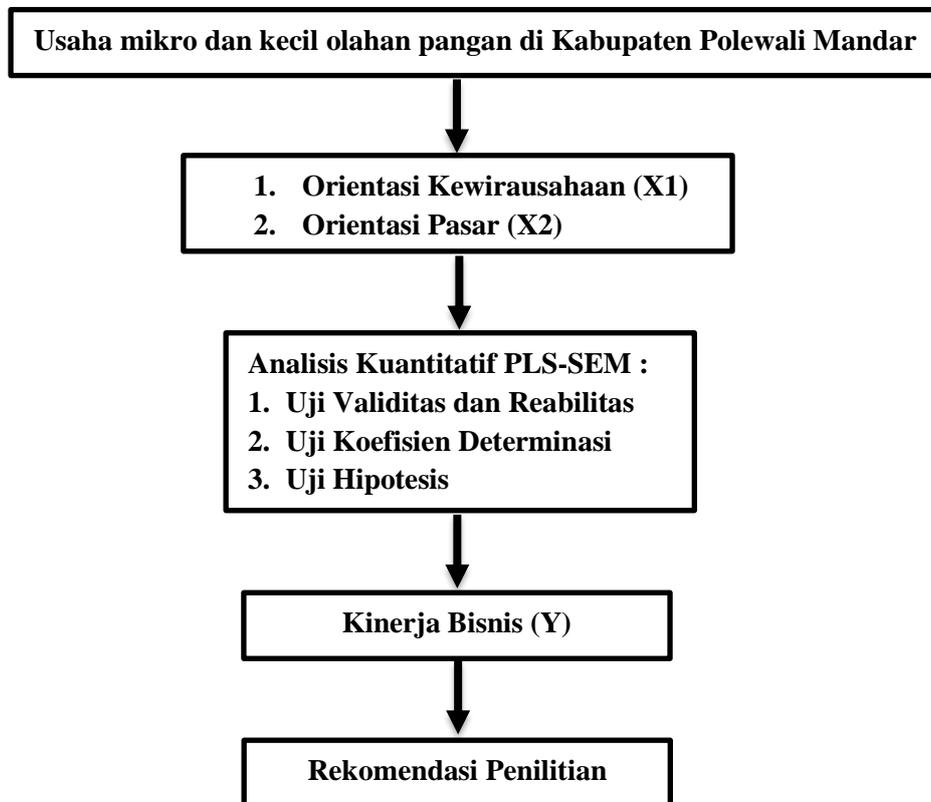
Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebelumnya, hasil penelitian yang satu tidak sama dengan penelitian yang lainnya. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan objek penelitian dan metode penelitian. Dari hasil pembahasan di atas sudah terlihat jelas bahwa penelitian yang penulis lakukan berbeda dengan penelitian yang sudah ada, karena belum ada yang membahas “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Pada Usaha Mikro dan Kecil Olahan Pangan di Kabupaten Polewali Mandar”.

2.7. Kerangka Pikir

Dengan adanya peningkatan jumlah usaha mikro dan kecil di Kabupaten Polewali Mandar menunjukkan adanya persaingan yang ketat sesama pelaku usaha mikro dan kecil. Di tengah persaingan usaha yang ketat terdapat kendala yang dialami oleh sebagian pelaku usaha mikro dan kecil diantaranya dari segi finansial pencatatan akuntansi data dan teknik produksi seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya.

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti ingin melihat bagaimana dua variabel yaitu orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar mempengaruhi kinerja bisnis. Variabel orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar diambil dari penelitian terdahulu dan landasan teori yang ada begitupun juga dengan indikator-indikatornya. Kemudian ke tiga variabel tersebut yaitu orientasi kewirausahaan (X1), orientasi pasar (X2), dan kinerja bisnis (Y) dianalisis menggunakan analisis kuantitatif PLS-SEM, dari hasil analisis tersebut menghasilkan sebuah penelitian yang akan menjadi rekomendasi kepada pihak-pihak terkait.

Berikut adalah gambar bagan model kerangka berfikir yang telah diberikan:



Gambar 2.1. Kerangka Pikir

2.8. Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan tanggapan sementara terhadap rumusan masalah (Sugiyono, 2018). Berikut adalah hipotesis penelitian ini, yang didasarkan pada rumusan masalah saat ini :

H01: Variabel orientasi kewirausahaan (X1) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis usaha mikro dan kecil olahan pangan (Y).

H1: Variabel orientasi kewirausahaan (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis usaha mikro dan kecil olahan pangan (Y).

H02: Variabel orientasi pasar (X2) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis usaha mikro dan kecil olahan pangan (Y).

H2: Variabel orientasi pasar (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis usaha mikro dan kecil olahan pangan (Y).

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis usaha mikro dan kecil olahan pangan di Kabupaten Polewali Mandar. Berdasarkan hasil analisis pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis olahan pangan dengan sampel sebanyak 30 responden dan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dan wawancara. Dianalisis menggunakan *Software WarpPLS 7.0* yang telah diuraikan sehingga didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis usaha mikro dan kecil olahan pangan di Kabupaten Polewali Mandar. Hal ini mengindikasikan jika orientasi kewirausahaan terus ditingkatkan dan diterapkan dengan baik maka akan meningkatkan kinerja bisnis para pengusaha mikro dan kecil olahan pangan di Kabupaten Polewali Mandar. Besar orientasi kewirausahaan yang dimiliki seorang wirausahawan mikro dan kecil olahan pangan dengan kemampuan berinovasi, proaktif dan berani mengambil risiko mampu menjadikan pengusaha mikro dan kecil olahan pangan dalam mengembangkan produk yang diproduksi sehingga memiliki ciri khas tertentu, aktif memasarkan produk lewat media sosial agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas serta berani mengambil risiko dalam pengambilan keputusan yang belum pasti tetapi memberikan peluang untuk hasil yang lebih baik. Dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan yang baik dapat memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan kinerja usaha para pelaku usaha mikro dan kecil olahan pangan di Kabupaten Polewali Mandar
2. Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis usaha mikro dan kecil olahan pangan di Kabupaten Polewali Mandar. Hal ini mengindikasikan jika orientasi pasar terus ditingkatkan dan diterapkan dengan baik maka akan meningkatkan kinerja bisnis para pengusaha mikro dan kecil olahan pangan di Kabupaten Polewali Mandar. Pengusaha

memahami dan membaca pasar dengan baik melalui orientasi pelanggan dan orientasi pesaing, membuat produk berdasarkan selera pasar, pengusaha dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menerima permintaan dan keluhan dari pelanggan, menawarkan produk yang lebih mudah diterima oleh konsumen dibandingkan oleh pesaing dan menawarkan harga yang sebanding dengan pesaing. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik peluang dari orientasi pasar, semakin tinggi pula kinerja bisnis UMK olahan pangan di Kabupaten Polewali Mandar.

6.2. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Kepada pelaku usaha, diharapkan mampu meningkatkan orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar yang dimiliki sehingga produk yang dipasarkan akan di sukai oleh masyarakat. Ditambah lagi semakin hari semakin ketat persaingan antara usaha yang mengharuskan para pengusaha harus selalu meningkatkan daya saingnya dengan peningkatan promosi yang dilakukan yaitu melalui sosial media, ataupun sejenisnya sehingga pemasaran yang didapatkan akan semakin luas.
2. Kepada pemerintah, khususnya Dinas Perindustrian, perdagangan, koperasi dan UMK Kabupaten Polewali Mandar memberikan modal usaha dan pelatihan-pelatihan khusus, meningkatkan keterampilan serta kreativitas para pelaku UMK olahan pangan sehingga untuk kedepannya mampu menghasilkan terobosan baru dengan berbagai jenis inovasi yang dihasilkan.
3. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan dalam aspek sampel penelitian disebabkan belum adanya data mengenai jumlah ukuran populasi usaha mikro dan kecil disektor olahan pangan. Oleh karena itu, kepada peneliti selanjutnya, perlu dilakukan penelitian yang lebih lanjut dengan menggunakan jumlah sampel yang lebih besar yang dapat mewakili seluruh kecamatan yang berada di Kabupaten Polewali Mandar. Juga variabel lain yang mempengaruhi kinerja bisnis yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, D. (2018). Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Ukm Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 95-111.
- Ahmatang, & Sari, N. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha Dimediasi Keunggulan Bersaing Pada UMKM di Pulau Sebatik. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Manajemen*, 18(3).
- Ali, G. A., Hilman, H., & Gorondutse, A. H. (2020). Effect of Entrepreneurial Orientation, Market Orientation and Total Quality Management On Performance: Evidence From Saudi. SMEs. *Benchmarking*, 27(4), 1503-1531.
- Amrulloh, F. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Pemasaran. *Diponegoro Journal of Social and Political Science*, (10), 1-12.
- Andiyanto, F., & Sufian, M. S. (2017). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Bisnis (Studi Empiris Pada Industri Pakaian Jadi Skala Kecil dan Menengah di Kabupaten Kudus). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1-20.
- Aulia, R., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 20(1).
- Buli, B. M. (2017). Entrepreneurial Orientation, Market Orientation and Performance of SMEs in the Manufacturing Industry: Evidence From Ethiopian Enterprises. *Management Research Review*, 40(3), 292-309.
- Darmanto., Wardaya, F. X. S., & Sulistyani, L. (2018). *Strategi Orientasi Pemasaran dan Kinerja Organisasi UMKM*. Sleman: Budi Utama.
- Fan, M., Qalati, S. A., Khan, M. A. S., Shah, S. M. M., Ramzan, M., & Khan, R. S. (2021). Effects of Entrepreneurial Orientation on Social Media Adoption and SME Performance: the Moderating Role of Innovation Capabilities. *PloS One*, 16(4), 1-24.

- Feranita, N. V., & Setiawan, H. A. (2019). Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Dampak Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM. *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, 18(1).
- Hadjimanolis, A. (2000). A Resource Based View of Innovativeness in Small Firms. *Technology Analysis & Strategic Management*, 12(2), 263-281.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications, Los Angeles.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2018). *Multivariate Data Analysis*.
- Hanim, L., & Noorman. (2018). *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha*. Unissula Press
- Hapsari, R. N., & Setiawan, H. A. (2019). Analisis Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Industri Kreatif Bidang Kerajinan di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Economics*, 1(1), 47-54.
- Hibatullah, F. M., & Moko, W. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha Mebel. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 1(3), 292-304.
- Ie, M., & Pratama, V. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pada Usaha Kecil Dan Menengah Sektor Ritel. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 156.
- Jayaningrum, E., & Sanawiri, B. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Kuliner Kafe Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 54(1).
- Kementrian Kesehatan RI. (2017). *Profil Kesehatan Indonesia Tahun 2016*. Jakarta: Kementrian Kesehatan RI. J Med dan Rehabil.
- Kharabsheh, R., Ensour, W., & Bogolybov, P. (2017). Learning Orientation, Market Orientation and Organizational Performance: the Mediating Effect of Absorptive Capacity. *Business and Economic Research*, 7(1), 114-127.

- Layoo, N., & Rahman, W. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dengan Kinerja Usaha Mikro Kecil di Kabupaten Banggai. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 7(1), 29-44.
- Lekmat, L., Selvarajah, C., & Hewege, C. (2018). Relationship between Market Orientation, Enterpreneurial Orientation, and Firm Performance in Thai SMEs: the Mediating Role of Marketing Capabilities. *International Journal of Business and Economics*, 17(3), 213-237.
- Mahfud, T., Triyono, M. B., Sudira, P., & Mulyani, Y. (2019). The influence of social capital and entrepreneurial attitude orientation on entrepreneurial intentions: the mediating role of psychological capital. *European Research on Management and Business Economics*.
- Merakati, I., Rusdarti., & Wahyono. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Melalui Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran. *Journal of Economic Education*, 6(2), 114-123.
- Miller, D. (1983). *The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms*, Management Science, 29: 770-791.
- Mustafa, R. (2023). Orientasi Kewirausahaan Dan Pasar Serta Efeknya Terhadap Kinerja Bisnis (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Olahan Pangan Di Kabupaten Bone Bolango). *Jurnal Agribisnis Lahan Kering*, 8(2), 87-92.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The Effect of Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, 54: 20-35
- Perlines, F. H., Garcia, J. M., & Araque, B. Y. (2017). Family Firm Performance: the Influence of Entrepreneurial Orientation and Absorptive Capacity. *Psychology & Marketing*, 34(11), 1057-1068.
- Ranto, D. W. P. (2016). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Bidang Kuliner di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 3(2), 1-11.
- Ritonga, M., & Yulhendri. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil di Kota Padang. *Jurnal EcoGen*, 2(2), 206-217.
- Silviasih, Slamet, F., & Iskandar, D. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada Pemilik UKM Sektor

- Manufaktur Garmen di Tanah Abang Jakarta Pusat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 16(1), 13-24.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J., & Limakrisna, N. (2019). *Petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah Untuk Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi Edisi 5*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Syamsuri, Hafsa, & Alang, H. (2022). Peluang Wirausaha Diversifikasi Olahan Pangan Tradisional Berbasis Kearifan Lokal Oleh Suku Mandar di Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat, Indonesia. *Agro Bali: Agricultural Journal*, 5(1), 313-321.
- Vincent, V. Z., & Zakkariya, K. A. (2021). Entrepreneurial Orientation and Startup Performance in Technology Business Incubation: Mediating Role of Absorptive Capacity. *Journal of Small Business Strategy*, 31(5), 100-116.
- Wilson, H., & Puspitowati, I. (2022). Pengaruh Inovasi, Pengambilan Risiko, Proaktif, Otonomi dan Agresivitas Bersaing Terhadap Kinerja UKM di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(1), 115-123.