

Pengaruh Strategi Orientasi Wirausaha Dan Orientasi Pasar Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Perusahaan Ukm Di Kota Makassar

Abdul Rahman

Fakultas Ekonomi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wira Bhakti Makassar

Email : abd.rahmanr@gmail.com

Direvisi: 29 Mei 2019 *Dipublikasikan:* 30 Juni 2019

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh Strategi orientasi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan dari Usaha Kecil Menengah (UKM) di kota Makassar. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif eksploratif dengan metode pemilihan sampel 75 dari 755 populasi dari UKM dengan pemilik atau manajer sebagai responden, data yang dikumpulkan dengan menggunakan instrumen kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efek dari Variable wirausaha berorientasi secara signifikan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, tetapi orientasi pemasaran tidak signifikan mempengaruhi kinerja perusahaan UKM di kota Makassar, sedangkan pengujian hipotesis menggunakan F-test menunjukkan bahwa ada secara signifikan pengaruh antara Orientasi wirausaha dan Orientasi Pasar berorientasi pada kinerja perusahaan karena nilai probabilitas signifikan ditemukan lebih kecil dari α 0,05, ini berarti bahwa UKM di Makassar mengadopsi Strategi Orientasi Wirausaha untuk melanjutkan operasi bisnis mereka. Selain itu, UKM juga mengadopsi Orientasi Pasar untuk meningkatkan kinerja dan kompetitif pasar, terutama dalam menghadapi pelaksanaan Masyarakat Ekonomi Asean pada akhir 2016

Kata Kunci : Strategi Orientasi Wirausaha, Orientasi Pasar, Kinerja UKM

Abstrac

The purpose of this study was to analyze the influence of the entrepreneurial orientation strategy and market orientation on the performance of the company from Small and Medium Enterprises (UKM) in the city of Makassar. The type of research used is descriptive exploratory with a sample selection method of 75 out of 755 populations of SMEs with owners or managers as respondents, data collected using questionnaire instruments. The results showed that the effects of entrepreneurial-oriented variables significantly affected the performance of the company, but marketing orientation did not significantly affect the performance of SME companies in Makassar, while testing hypotheses using an F-test showed that there was a significant influence between entrepreneurial orientation and market orientation. company performance because a significant probability value was found to be smaller than α 0.05, this means that SMEs in Makassar adopted an Entrepreneurial Orientation Strategy to continue their business operations. In addition, SMEs also adopted Market Orientation to improve market performance and competitiveness, especially in facing the implementation of the Asean Economic Community at the end of 2016.

Keywords : Entrepreneurial Orientation Strategy, Market Orientation, SME Performance

Pendahuluan

Keberadaan usaha kecil dalam menciptakan stabilitas ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja dan pemerataan pendapatan, namun karena tingkat produktivitasnya yang rendah menyebabkan nilai tambah bagi kegiatan ekonomi menjadi rendah. Produktivitas dan nilai tambah usaha kecil yang rendah dikarenakan faktor ketidakstabilan pertumbuhan market pada bidang yang digelutinya hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman, informasi pasar yang disediakan oleh pemerintah ataupun lainnya tentang sektor-sektor mana yang memiliki potensial market yang tinggi, diwilayah mana, dan kapan sektor tersebut memiliki potensial market yang tinggi dan berapa lama titik jenuh atau *live cycle* dari sektor atau produk tersebut dan kapan inovasi itu harus dilakukan dan pada instrument apa inovasi tersebut harus ditekankan.

Menurut Prissarides *dalam* Susilo dan Krisnadewara (2007) menyatakan bahwa karakteristik kewirausahaan dan lingkungan usaha sangat menentukan kemampuan bertahan pengusaha kecil di Rusia dan Bulgaria. Hal ini senada dengan penemuan study Staines (2005) *dalam* Susilo dan Krisnadewara (2007) menemukan bahwa pengusaha kecil yang memiliki jiwa wirausaha relatif lebih lincah dalam bertahan daripada perusahaan besar baik karena struktur permodalan maupun pengaruh lingkungan eksternal yang relatif kecil. Keberhasilan manajemen dalam mengelola berbagai sumber daya yang dimilikinya diukur melalui kinerja perusahaan. Untuk itu setiap manajemen usaha kecil harus memenuhi unsur-unsur yang dapat mempengaruhi tingkat kinerja perusahaan. Keberhasilan dalam mengelola penjualan merupakan langkah awal menuju kinerja perusahaan yang lebih baik, dengan melakukan identifikasi kebutuhan dan keinginan konsumennya melalui penciptaan *costumer value* dan *costumer satisfaction*. Dalam mewujudkan tujuan tersebut perusahaan harus mampu mengembangkan strategi pemasaran yang berorientasi pada pasar, sehingga perusahaan mampu bersaing dalam meraih pasar yang semakin mengglobal dengan produk-produk import.

Perusahaan yang berorientasi pasar adalah perusahaan yang tindakan-tindakannya konsisten dengan konsep pemasaran. Konsisten dengan pemikiran tersebut mengimplikasikan bahwa tujuan orientasi pasar sama dengan tujuan pemasaran. Orientasi pasar dapat mempengaruhi pandangan perusahaan dalam upaya mengembangkan

strategi bersaing terutama dapat dicari akarnya pada *literature* yang mengembangkan bahwa orientasi pasar akan menciptakan sebuah *setting* yang kondusif bagi aktivitas organisasi yang efektif dan efisien untuk menghasilkan "*superior performance*" (Naver and Slater, 1994). Pada kenyataannya, kinerja usaha merupakan dampak hasil proses perencanaan dan pelaksanaan rencana bisnis dan strateginya dan untuk mewujudkannya membutuhkan proses dan waktu tidak singkat. Pola kerja tanpa rencana pengembangan usaha ini cenderung tidak mampu menghasilkan kinerja yang superior. Temuan studi ini mengindikasikan tidak mendukung atau menolak terhadap teori yang menyatakan adanya pengaruh signifikan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha.

Berbagai studi tersebut menunjukkan bahwa usaha kecil yang berorientasi wirausaha akan menempatkan kemampuan SDM sebagai target yang harus di capai, dengan cara mengarahkan berbagai sumber daya yang dimiliki untuk dijadikan sebagai sumber daya dan tujuan perusahaan yang akan dicapai semata mata dengan menciptakan inovatif dan kreatifitas sehingga menghasilkan kinerja perusahaan menjadi lebih baik. Makassar merupakan salah satu kota yang memberikan kontribusi paling besar dibanding kota/Kabupaten yang lain di Sulawesi Selatan, mencapai 25.44% terhadap perekonomian Sulawesi Selatan (diukur dengan PDRB ADHK Makassar tahun (2015). Selama tahun 2010-2016 pertumbuhan ekonomi Makassar terus mengalami penurunan secara signifikan. Pada tahun 2015 ada 28.045 usaha (9.56%) meningkat menjadi 75.266 usaha (20,82%) di tahun 2015, namun omzet yang didapatkan hanya 2,3 miliar. Jumlah usaha semakin besar, namun tidak dibarengi dengan peningkatan daya beli masyarakat menunjukkan rendahnya daya saing dan kinerja pemasaran.

Sebagai penyumbang 45 persen terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dan penyerap sekitar 60 persen kredit perbankan di Sul-Sel, UKM di Kota Makassar menempati posisi strategis dalam struktur perekonomian. Namun masih banyak kendala yang dihadapi UKM dalam persaingan global dimana di akhir tahun 2015 sudah di implementasikannya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). (Biro Pusat Statistik, 2015)

Berkaitan dengan beberapa studi seperti yang diuraikan maka tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan menemukan bagaimana strategi orientasi wirausaha dan Orientasi Pasar dapat meningkatkan kinerja usaha kecil menengah di Kota Makassar dengan menguji dan memperoleh bukti empiris mengenai Strategi orientasi

Wirausaha dan Orientasi Pasar terhadap kinerja Usaha Kecil Menengah di Kota Makassar.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif eksploratif dengan metode pemilihan sampel 75 dari total 755 populasi pada UKM dengan pemilik atau manajer sebagai responden, data yang dikumpulkan dengan menggunakan instrumen kuesioner. Sedangkan Populasi dalam penelitian ini meliputi semua Pelaku UKM (Usaha Kecil Menengah) di Kota Makassar yang masih aktif usahanya. Data dari Dinas Koperasi menunjukkan bahwa Sentra UKM Kota Makassar, terdapat 755 Unit Usaha yang tersebar di kota Makassar. Sampel penelitian ini dapat dibedakan atas 2 jenis usaha yaitu 1). Berorientasi Wirausaha dan 2). Berorientasi Pasar. Memilih pemilik atau pengelola dengan kriteria UKM yang bergerak dibidang Manufactur dan telah beroperasi selama minimal 2 (dua) tahun. Besarnya sampel penelitian ini ditentukan sebanyak 75 Usaha Mikro Kecil yang bergerak dibidang produksi di Kota Makassar.

Variabel penelitian

Variabel penelitian ini terdiri dari variable Orientasi Wirausaha (X-1), variable Orientasi Pasar (X-2) dan variable Kinerja Perusahaan (Y). Variabel Orientasi Wirausaha (X1) menggambarkan tujuan dari suatu perusahaan untuk digabungkan dalam “kesempatan membuka pasar baru, pembaharuan dari operasi pasar yang sudah ada. Variabel Orientasi Pasar (X-2) adalah tingkat responsif perusahaan terhadap target pasar. Variabel Kinerja Perusahaan (Y) yaitu hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam rangka mencapai tujuan (Ardiana, 2007).

Sumberdata yang digunakan adalah data primer yang diambil melalui survey dengan instrumen kuesioner yang di desain berdasarkan indikator dari masing-masing variabel dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu, sedangkan analisa statistik dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 18 antara lain Koefisien Korelasi untuk mengetahui hubungan antara masing-masing Variable X dan Y atau

hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, Analisis Regresi digunakan untuk mengetahui hubungan sebab akibat (*Causal*), dan Uji F serta uji-t digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini (Ridwan & Kuncoro 2008). Untuk lebih jelasnya di ilustrasikan melalui gambar berikut ini :



Gambar : Diagram jalur yang menyatakan hubungan kausal dari X ke Y

Hasil Dan Pembahasan

Hasil

Dari hasil korelasi *product moment Pearson*, diketahui bahwa semua item pertanyaan pada kuesioner mempunyai korelasi yang signifikan pada tingkat kesalahan sebesar 5% ($\text{sig} < 0.05$), sehingga dapat dikatakan semua item pertanyaan adalah valid. Hasil uji reliabilitas dengan uji cronbach alpha (α) pada penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian adalah reliable, karena seluruh nilai koefisien alpha dari masing-masing variabel penelitian lebih besar dari yang distandartkan (0,6), dan nilai *corrected item total correlation* dari seluruh item pertanyaan lebih besar dari 0,3, sehingga masing-masing item pertanyaan pada instrumen pengukuran dapat digunakan.

Analisis Deskriptif

Tabel 1. Deskripsi Analisis Hasil Penelitian

Dimensi	Kategori	Jumlah (%)
Strategi Orientasi Wirausaha	Tinggi	57,33
	Sedang	22,67
	Sangat tinggi	20,00
Orientasi Pasar	Tinggi	61,33
	Sedang	36,00
	Sangat tinggi	1,00
Kinerja Perusahaan	Tinggi	53,33
	Cukup	45,34

Sangat Tinggi	1,33
---------------	------

Sumber : Data yang diolah 2016

Hasil analisis Deskriptif dalam penelitian ini menunjukkan bahwa responden yang terdiri dari pemilik atau pengelola UKM di Kota Makassar yang telah melaksanakan usahanya dengan strategi orientasi wirausaha dengan kategori tinggi yaitu 57,33% responden, namun ada juga yang menggunakan orientasi wirausaha dalam kategori sedang yaitu ada sekitar 22,67% serta sisanya (20%) dalam kategori Sangat tinggi, hal ini menunjukkan bahwa UKM di Kota Makassar telah menjalankan perusahaannya dengan mengadakan inovasi, selalu bertindak secara Proaktif sehingga dapat meraih kinerja yang lebih tinggi, disamping itu UKM juga memiliki keberanian dalam mengambil resiko dan Mengelola Resiko yang dihadapi oleh perusahaan mengingat persaingan usaha di Makassar sangat ketat sehingga kemampuan wirausaha mereka sangat di perlukan.

Sedangkan UKM yang menjalankan usahanya dengan orientasi pasar termasuk dalam kategori tinggi ada sekitar 61,33% dan sekitar 36% menjalankan usahanya dengan orientasi pasar dalam kategori Sedang dan hanya 1% yang masuk dalam kategori Sangat Tinggi. Ini berarti bahwa mereka menganggap bahwa pasar merupakan suatu strategi yang harus di lakukan mengingat banyak perusahaan yang mengaku kendala utama dalam mengembangkan usahanya adalah pasar, namun kalau dari pengamatan orientasi wirausaha masih mendominasi sebagai strategi yang lebih diperhatikan oleh UKM di Kota Makassar. Kinerja Perusahaan yang di ukur melalui indikator keuntungan, kondisi keuangan, hasil produk, mampu bersaing, jumlah pelanggan yang dimiliki, dan jumlah penjualan juga telah di respon oleh responden, dimana dari 75 UKM ada sekitar 53,33% telah meraih kinerjanya dalam kategori tinggi, dan sekitar 45,34% dari mereka meraih kinerja dalam kategori cukup, dan sisanya yaitu 1,33 % dalam kategori sangat tinggi, ini berarti UKM di Kota Makassar telah mencapai kinerja dengan cukup sehingga masih perlu di tingkatkan mengingat persaingan yang semakin ketat terlebih dalam mempersiapkan diberlakukannya Masyarakat Ekonomi Asea (MEA) sehingga mendapatkan keuntungan yang lebih besar dan bisa eksis dalam menghadapi persaingan.

Analisis Regresi

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui sampai seberapa pengaruh variabel bebas atau X terhadap variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini analisis regresi yang

digunakan adalah analisis regresi berganda seperti yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 18, dan hasilnya dapat dilihat seperti pada tabel 1. Tabel 1 menunjukkan hasil analisis regresi berganda yaitu besarnya pengaruh variabel strategi orientasi wirausaha dan strategi orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan, dimana hasil perhitungan regresi berganda dapat dirumuskan dalam persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 \dots\dots\dots 2)$$

Sehingga $Y = 0,930 + 0,558 + 0,121$

Dimana : a = Bilangan konstanta yaitu sebesar 0,930

$b_1.X_1$ = Koefisien regresi untuk X_1 yaitu sebesar 0,558

$b_2.X_2$ = Koefisien regresi untuk X_2 yaitu sebesar 0,121

Berdasarkan persamaan regresi diatas maka dapat diinterpretasikan bahwa a atau bilangan konstan sebesar 0,930 menunjukkan bahwa apabila UKM di kota Makassar tidak melaksanakan strategi orientasi Wirausaha dan orientasi Pasar maka UKM di kota Makassar akan memiliki kinerja sebesar 0,930, hal ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan sudah termasuk cukup tinggi namun perlu dioptimalkan dengan salah satu upaya adalah menerapkan strategi orientasi wirausaha dan orientasi pasar dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Nilai koefisien regresi untuk Orientasi Wirausaha sebesar 0,558, artinya bahwa variabel orientasi wirausaha berpengaruh terhadap kinerja, dimana jika orientasi wirausaha ditingkatkan 1 (satu) satuan maka kinerja UKM di kota Makassar akan meningkat sebesar 0,558. Sedangkan nilai koefisien regresi untuk Strategi orientasi Pasar sebesar 0,121 menunjukkan bahwa variabel orientasi Pasar berpengaruh terhadap kinerja UKM di Kota Makassar, dengan demikian dapat dikatakan bahwa apabila strategi berorientasi Pasar ditingkatkan 1 (satu) satuan maka kinerja UKM di kota Makassar akan meningkat sebesar 0,121, nilai ini memang lebih kecil dari pada orientasi wirausaha namun juga harus mendapatkan perhatian dari UKM mengingat faktor pasar adalah merupakan hal yang penting dalam kelangsungan hidup perusahaan.

Tabel 2 Hasil Analisa Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.930	.337		2.759	.007
Wirausaha	.558	.074	.676	7.591	.000
Pasar	.121	.095	.114	1.276	.206

Sumber : Data Primer

Analisa Korelasi Parsial

Tabel 3 juga menunjukkan angka hasil Korelasi parsial (r) dimana angka korelasi untuk variable Orientasi wirausaha sebesar 0.667 menunjukkan hubungan yang cukup erat dengan kinerja perusahaan, sedangkan nilai korelasi antara variable orientasi pasar dengan kinerja sebesar 0.149 menunjukkan ada hubungan walaupun agak lemah. Dengan demikian bahwa variabel orientasi wirausaha memiliki hubungan yang lebih erat dengan kinerja perusahaan jika dibandingkan dengan variabel orientasi pasar ini kemungkinan karena pemilik atau pengelola UKM dengan skala kecil memang lebih memerlukan pengetahuan dan kemampuan di berbagai bidang terutama dalam hal berinovasi, Proaktif, Keberanian dalam mengambil resiko dan Mengelola Resiko, dari pada hanya sekedar memasarkan produk yang dihasilkannya.

Tabel 3 Hasil Analisis Korelasi Parsial

Model	<u>Correlations</u>		
	Zero-order	Partial	Part
Wirausaha	.725	.667	.610
Pasar	.405	.149	.102

Sumber: Data Prime

Analisa Koefisien Determinasi

Tabel 4 juga menunjukkan nilai analisa Koefisien determinasi yaitu untuk mengetahui peranan variabel Orientasi Wirausaha dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan.

Tabel 4 Korelasi Berganda

Model	R	Square	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate	R Square Change
1	.732 ^a	.535	.523	.28096	.535

Sumber: Data Primer

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai R (Korelasi Berganda) sebesar 0,732 ini artinya bahwa antara variabel Orientasi Wirausaha dan Orientasi Pasar bersama-sama memiliki hubungan yang erat dengan Kinerja perusahaan, disamping itu variabel Orientasi Wirausaha dan orientasi pasar memiliki peran yang cukup besar, disamping itu analisa determinasi mendapatkan angka sebesar 0.535 atau 53,50% ini berarti sumbangan variabel orientasi wirausaha dan orientasi pasar sebesar 46,50% dari variabel lain selain orientasi wirausaha dan orientasi pasar.

Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang telah di rumuskan dalam penelitian ini telah dibuktikan melalui data yang terkumpul dan dianalisa dengan menggunakan bantuan Program SPSS versi 18 dengan teknik analisa uji-F dan uji-t.

Tabel 5 Hasil Analisis Korelasi Berganda

Model 1	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	6.552	2	3.276	41.499	.000 ^b
Residual	5.684	72	.079		
Total	12.235	74			

a. Dependent Variable: Kinerja

b. Predictors: (Constant), Pasar, Orwin

Untuk menguji model dalam penelitian ini telah ditunjukkan oleh nilai uji-F, seperti yang dapat dilihat pada tabel 5 bahwa Variabel Orientasi wirausaha dan orientasi pasar secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan hal ini dapat dilihat dari nilai uji F sebesar 41,499 dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 yang lebih kecil dari nilai alfa sebesar 0,05 ini artinya bahwa model yang di rumuskan dapat diterima. Sedangkan untuk menguji hipotesis 1 yang menyatakan bahwa Orientasi Wirausaha berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan di terima karena yang nilai alfa sebesar 0,00 yang

menunjukkan nilai lebih kecil dari pada nilai alfa 0,05. Sedangkan hipotesis ke-2 yang menyatakan bahwa Orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan di tolak karena nilai probability signifikansi menunjukkan angka sebesar .206 yaitu lebih besar dari nilai alfa sebesar 0,05. Hipotesis ke-3 yang menyatakan bahwa Orientasi Wirausaha berpengaruh paling dominan terhadap Kinerja Perusahaan di terima karena angka Standardized Coefficients Beta menunjukkan angka yang paling besar yaitu sebesar 0.676 dibandingkan dengan nilai dari Orientasi Pasar sebesar 0.114

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa orientasi wirausaha berpengaruh signifikan terhadap kinerja Usaha Kecil Menengah di Kota Makassar terbukti kebenarannya, sehingga hipotesis diterima, hal ini berarti hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti seperti hasil penelitian dari Eryanafita Ismawanti (2008) yang menguji pengaruh variabel Orientasi Wirausaha dan Kreativitas Program Pemasaran terhadap Kinerja dimana hasilnya menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Orientasi Wirausaha terhadap Kinerja. Selain itu hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitiannya Alimudin (2014) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara orientasi wirausaha terhadap kinerja Usaha Kecil Menengah. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa orientasi Wirausaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hasil ini memberi makna bahwa semakin baik orientasi wirausaha yang dimiliki oleh UKM, seperti perilaku inovatif, perilaku proaktif dan pengambilan resiko, maka pencapaian kinerja perusahaan juga akan semakin baik. Dengan orientasi wirausaha yang semakin kuat maka akan membantu perusahaan dalam menciptakan ide baru, membuka peluang untuk melakukan penetrasi pasar dan melakukan percobaan meskipun beresiko, sehingga pada akhirnya dapat menjadi pemimpin pasar dengan melaksanakan strategi dan tujuan jangka panjang. Temuan ini memberikan gambaran bahwa UKM di Kota Makassar telah melakukan upaya penerapan orientasi wirausaha sebagai landasan dalam menjalankan aktivitas bisnis. Melalui proses tersebut, UKM terbukti mampu merespons perubahan lingkungan melalui penerapan orientasi wirausaha yang baik sehingga mampu bertahan.

Hal ini berarti bahwa UKM di Kota Makassar dapat mengembangkan usahanya melalui strateginya dengan orientasi wirausaha dengan strategi ini UKM harus selalu

berinovasi dalam pengembangan produknya dan menjalankan usahanya, lebih berani mengembangkan bisnisnya dan tidak takut terhadap resiko yang akan dihadapinya Demikian juga, hasil penelitian ini mendukung temuan empiris dari Bacherer dan Maurer (1997), Suci (2008) yang menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan. Peneliti lainnya, Lee dan Tsang (2001) dan Ferreira dan Azevedo (2007) menyampaikan hasil temuannya bahwa kemampuan kewirausahaan yang tercermin dari perilaku pengelola sebagai determinan penting dalam meningkatkan pertumbuhan usaha. Identifikasi konsep orientasi wirausaha berkaitan dengan pencapaian kinerja perusahaan dapat dikaji melalui indikator-indikator yang digunakan. Dari hasil analisis deskriptif ditunjukkan bahwa pengambilan resiko merupakan komponen utama yang menentukan orientasi kewirausahaan. Covin dan Slevin (1989) berpendapat bahwa lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan tidak stagnan, sehingga tidak secara esensial akan menghasilkan kinerja yang superior, bahkan memungkinkan akan menghasilkan resiko bagi perusahaan. Selanjutnya, Miller (1983) berpendapat bahwa dengan orientasi kewirausahaan maka wirausaha akan menunjukkan eksistensinya dalam bentuk keberanian dalam mengambil resiko, melakukan perubahan dan mengeksploitasi perilaku inovatif untuk memperoleh keunggulan bersaing. Pernyataan tersebut mengindikasikan bahwa resiko yang mungkin diterima oleh perusahaan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan perubahan lingkungan. Oleh karena itu, kekuatan UKM dalam mengambil resiko akan mendorong perusahaan untuk bekerja dengan lebih keras sehingga tingkat keuntungan dapat dicapai.

Sedangkan hipotesis yang kedua dalam penelitian ini telah dibuktikan ditolak yaitu variabel strategi pemasaran yang berorientasi wirausaha berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja Usaha Kecil Menengah di Kota Makassar, dengan demikian bahwa penelitian tidak mendukung hasil penelitiannya Han. (1998), Zhou. (2005), dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap Kinerja perusahaan. temuan ini didukung oleh Kumar, (2001) yang menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa UKM di Kota Makassar juga perlu melakukan strategi yang berorientasi terhadap pasar walaupun tidak urgen namun orientasi pasar ini penting ketika UKM telah memiliki produk dan usaha yang semakin berkembang maka perluasan pasar tentu sangat di perlukan

mengingat pertumbuhan pesaing yang semakin ketat terlebih lagi dengan di berlakukannya Masyarakat MEA di akhir tahun 2015.

Simpulan

Usaha Kecil dan Menengah di Kota Makassar menjalankan usahanya dengan Orientasi Wirausaha dengan kategori tinggi dan orientasi pasar dengan kategori yang cukup tinggi, sedangkan jika dilihat dari kinerja perusahaan kebanyakan dari mereka telah mencapai kinerja dengan tingkatan cukup tinggi. Untuk itu jika dikaitkan antar variable maka Variabel orientasi Wirausaha dan orientasi Pasar secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan Usaha Kecil Menengah di Kota Makassar, namun secara partial Variabel orientasi Wirausaha berpengaruh signifikan namun orientasi Pasar berpengaruh tidak signifikan terhadap Kinerja Perusahaan. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa Orientasi Wirausaha berpengaruh signifikan terhadap kinerja Perusahaan di terima namun Orientasi pasar berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja UKM di Kota Makassar. Berdasarkan temuan dalam kesimpulan di tulis diatas maka saran yang dapat disampaikan adalah UKM di Kota Makassar hendaknya menjalankan usahanya dengan menggunakan orientasi Wirausaha, karena dengan strategi ini perusahaan bisa mencapai Kinerja yang optimal, sehingga perusahaan akan terus berlangsung dan bisa berkembang. Disamping itu UKM juga hendaknya juga berorientasi pasar sehingga dapat meningkatkan kinerja dan memiliki daya saing tinggi terutama dalam menghadapi diberlakukannya Masyarakat Ekonomi Asean.

Daftar Pustaka

- Agustinus, Sriwahyuni (1995), *Manajemen Strategi, Pengantar berpikir strategi*, Penerbit Binarupa Aksara, Jakarta
- Achmad Kuncoro, Engkos dan Ridwan, (2008). *Análisis jalur Path Análisis*, Edisi kedua, Bandung: Penerbit Alfabeta,
- Ardiana, Subaedi, Yanti 2007, "Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM" *Jurnal Manajemen Petra* Vol. Universitas Petra Surabaya
- Alimudin, Arasy, 2014, Pengaruh Orientasi Wirausaha terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha Kecil Sektor Perdagangan Di Kota Surabaya, *Journal fe Unsoed Vol 1, No 1 (2014)*: Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Soedirman, Porwokerto .

- As'ad, M. 1998. Seri Ilmu Sumber Daya Manusia:Psikologi Industri. Yogyakarta: Liberti Yogyakarta.
- Bacherer, R.C., and J.G. Maurer, 1997, The Moderating Effect of Environmental Variables on The Entrepreneurial and Marketing Orientation of Entrepreneur- Led Firms, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22(1), pp.47-58.
- Baird, Lloyd, (1986), *Managing Performance*, John Wileyd Son, Inc., New York.
- Biro Pusat Statistik, 2015, *Perusahaan Mikro dan Kecil*, Biro Pusat Statistik, Makassar.
- Craven, D.W. 1996, *Pemasaran Strategis*, Edisi Keempat, Terjemahan, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Combs, J. G., Crook, T. R., & Shook, C. L. (2005). The dimensionality of organizational performance and its implications for strategic management research. In D. J. Ketchen & D. D. Bergh (Eds.), *Research methodology in strategic management*. (pp. 259-286).San Diego, CA: Elsevier.
- Covin J.G. dan Slevin, D.P. 1989, *A conceptual Model of Entrepreneurship as firm behaviour: Theory and Practice*, Fall, pp 7-25
- Craven,Michael. 1996, *Marketing Knowledge Management*, 4rd Edition, London : Scienetics Economics Association
- Day, R. A., Jr. and Underwood, A. L., 1988, *Analisa Kimia Kuantitatif* , Edisi ke 4, Alih Bahasa Soendoro, R., Erlangga, Jakarta, 337-347 dan 650-651.
- Debbie Liao and Philip Sohmen, 2001, "*The Development of Modern Entrepreneurship in China*", *Stanford Journal of East AsiaAffair*, Vol 1, 2001.
- Eryanafita Ismawanti, 2008, *Analisis Faktor- fasktor yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran dengan Faktor Lingkungan Sebagai Variabel Moderate*, Semarang: Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Ferreira, Joao and Azevedo, Susana, 2007, *Entrepreneurial Orientation as a Main Resource and Capability on Small Firm's Growth*, MPRA Paper, No. 5682, Posted 09. November 2007.
- Hill, Jimmy dan Jones, 1998, "A qualitative approach to developing small firm marketing planning competencies", *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol.2, No.3, p.117
- Hisrich. R.D, Peters, MP. 2005, "*Entrepenue- rship*" Chicago, Irwin D. Publisher

- Kizner, I.M. 1973. *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kotler dan Amstrong,(2004),Prinsip-prinsip Marketing,Edisi Ketujuh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler Philip, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong, and Chin Tiong Tan, 2004, *Marketing Management: An Asian Perspective*, Third Edition, Alih Bahasa Zein Isa, New Jersey, Pearson Education. Inc.
- Kumar, V., Cotran, R.S. and Robbins, S.L., 2001. Buku ajar patologi . 7 edisi , Vol. 1. Jakarta : Penerbit Buku Kedokteran EGC : 189-1.
- Lamb, Charles W, Joseph F. Hair, Carl McDanniel, 2001, ”Pemasaran” Buku Satu (Alih Bahasa David Octarevia), Jakarta, Penerbit Salemba Empat.
- Lumpkin, G. T., dan Dess, G. G., 1996, “Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance”, *Academy of Management Review*, Vol. 21 (1), p. 135-172.
- Mc Cabe, W.L. Smith dan J.C. Smith 1976. *Unit Operation of Chemical Engineering*. McGraw Hill BookKogokhusa Ltd. Tokyo.
- Mc Carthy, Jerome E & Wiliam D. Perreault, Jr.(1990). *Basic Marketing, aManagerial Approach*, 10th ed., Homewood, IL:
- Irwin. Miles, Morgan, Joe Giglierano, Rob Vitale, 2003 “*Entrepreneurial Orientation, Market Orientation, and Performance In Established And Startup Firm*, www.cob.sjsu.edu/facstaff/giglie_i/Research/Sympap2003
- Kotler dan Amstrong,2004 ,Prinsip-prinsip Marketing, Edisi Ketujuh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Lee, D.Y., and Tsang, E.W.K.,2001, The Effect of Entrepreneurial Personality, Background and Network Activities on Venture Growth, *Journal of Management Studies*, 38-4, pp.583-602.
- Miller, D., 1983. The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms, *Management Science*, vol. 29, no. 7, pp. 770-791.
- Murphy, Gregory B., Jeff W. Trailer and Robert C. Hill *Journal of Business Research*, 1996, vol. 36, issue 1, pages 15-23
- Narver, J.C. dan Slater, SF, 1994, *The Effect of Market Orientation on Business Profitability*, *Jurnal of Marketing*, 54 (Oktober). Pp 20-25

- Naman, J. L., & Slevin, D. P. (1994). Entrepreneurship and the concept of fit: A model and empirical tests. *Strategic Management Journal*, 14, 137-153.
- Nawawi. 1997. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pelhan, Alfred M., & Wilson David T., 1996." A. Longitudinal Study of the market Structure, firm structure, strategy, and Market Orientation Culture.
- Sexton, D.L. Upton, N.B., Wacholtz, L.E. & McDouglass, P.P. 1997, *Learning needs of growth-orientated entrepreneurs*, *Journal of Business Venturing*, 12, 1-8.
- Simamora, Henry, (2001), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan ke-3, STIE YKPN, Yogyakarta.
- Slater, F. Stanley dan John C. Narver, 1990, "Market Orientation and the Learning Organization", *Journal of Marketing*, Vol.59.
- Stanton, J William, 1984, *Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Penerbit Erlangga
- Sedarmayanti, 2001, *Sumberdaya Manusia dan Produktivitas Kerja*, Jakarta: Mandar Maju.
- Suci, Rahayu Puji, 2008, Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Dinamika Lingkungan, Kemampuan Manajemen serta Strategi Bisnis Terhadap Kinerja : Studi pada Industri Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur, Disertasi. Tidak Dipublikasikan, PPS UB, Malang.
- Susilo, Sri dan Krisnadewa, P Didit, 2007, *Strategi Bertahan Industri Pasca Gempa Bumi di Yogyakarta*, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 9 (Juni).
- Venkatraman dan Ramanujam. 1986. Measurement of Business Performance in Strategy Research: A Comparison of Approaches, *Academy of Management Review*, Vol. 1 (4), 801-04).
- Veithzal Rivai & Ahmad Fawzi Mohd Basri. 2005. Performance Appraisal Sistem Yang Tepat Untuk Menilai Kinerja Karyawan Dan Meningkatkan Daya Saing Perusahaan.. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Zikmund, William G., Michael D'Amico., 1989, *Marketing*, United States: John Wiley & ons Inc.
- Zhou, Kevin Zheng, Chi Kin Yim, and David K. Tse, 2005, The Effect of Strategic Orientations on Technology and Market Based Breakthrough Innovations, *Journal of Marketing*, Vol.69, April, pp.42-60.