

Analisis Pengaruh Orientasi kewirausahaan dan pasar terhadap Kinerja Usaha pada (UMK) Usaha Mikro Kecil Kuliner Deles Surabaya

Kiara Oktaviani Putri

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, kiaraoktavianiputri@untag-sby.ac.id

Sri Andayani

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, sriandayani@untag-sby.ac.id

Diana Juni Mulyati

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dianajunimulyati@untag-sby.ac.id

Abstract

The number of Micro and Small Businesses that have risen from the downturn of the Covid-19 pandemic has become the beginning of a new normal for economic growth in Indonesia. Surabaya is one of the big cities in Indonesia and there are also many culinary centers, one of which is the UMK Deles Culinary Center. The Deles UMK Culinary Center is one of the large culinary centers in Surabaya, which is located close to 2 universities where new normal students are already studying offline again. This study intends to investigate the effects of market orientation and entrepreneurial orientation on the performance of micro and small culinary businesses housed in Surabaya's Deles Culinary Micro and Small Enterprises Center. The study enlisted 30 participants who were owners of micro and small culinary businesses. Data was gathered through questionnaires and assessed using multiple linear regression analysis. The outcomes revealed that entrepreneurship orientation (including innovation, risk-taking, and proactiveness) and market orientation (including customer orientation and competitor orientation) significantly influence business performance. Entrepreneurial attitude and market orientation can account for about 60.2% of the variances in business success. Furthermore, the analysis also demonstrated a strong association between entrepreneurship orientation, market orientation, and business performance. These discoveries enhance our comprehension of the factors that affect the performance of micro and small culinary enterprises and offer guidance to business owners on enhancing the quality of their ventures.

Keywords: *business performance, culinary micro and small enterprises, entrepreneurial orientation, market orientation.*

Abstrak

Banyaknya Usaha Mikro Kecil yang bangkit dari keterpurukkan pandemi Covid-19 menjadi awal new normal pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Surabaya merupakan salah satu kota besar di Indonesia juga memiliki banyak sentra kuliner, salah satunya adalah Sentra UMK Kuliner Deles. Sentra UMK Kuliner Deles adalah salah satu sentra Kuliner cukup besar di Surabaya yang berlokasi dekat dengan 2 universitas dimana new normal ini mahasiswa sudah berkuliah secara offline kembali. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh dari fokus pada kewirausahaan dan pasar terhadap hasil usaha pada pemilik usaha kuliner Usaha Mikro Kecil (UMK) di Sentra UMK Kuliner Deles Surabaya. Penelitian ini mengimplikasikan 30 responden yang merupakan pemilik usaha kuliner UMK. Data dikumpulkan melalui kuesioner kemudian dianalisis dengan metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa fokus pada kewirausahaan (termasuk inovasi, mengambil risiko, dan proaktif) dan fokus pada pasar (fokus pada pelanggan dan pesaing) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap hasil usaha. Sebanyak 60,2% variasi dalam hasil usaha dapat dijelaskan oleh fokus pada kewirausahaan dan pasar. Uji korelasi berganda juga menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara fokus pada kewirausahaan, fokus pada pasar, dan hasil usaha. Temuan ini memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai unsur-unsur yang memengaruhi hasil usaha kuliner UMK dan memberikan panduan bagi pemilik usaha dalam meningkatkan kualitas usaha mereka.

Kata Kunci: kinerja usaha, orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, UMK kulin

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil (UMK) di sektor kuliner memiliki peran penting dalam perekonomian di banyak negara, termasuk di Surabaya, Indonesia. UMK kuliner seringkali menjadi tulang punggung ekonomi lokal dengan menyediakan lapangan kerja, memperluas pasar, dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun, tantangan yang dihadapi oleh UMK kuliner tidak dapat diabaikan. Persaingan yang ketat, perubahan tren konsumen, dan tantangan operasional menjadi beberapa faktor yang memengaruhi kinerja usaha UMK kuliner.

Dalam menghadapi tantangan tersebut, orientasi kewirausahaan dan pasar menjadi faktor kritis yang dapat membantu UMK kuliner meraih keberhasilan dan meningkatkan kinerja usahanya. Orientasi kewirausahaan melibatkan sikap, nilai, dan perilaku yang mendukung inovasi, pengambilan risiko, dan pengembangan peluang bisnis. Sementara itu, orientasi pasar berfokus pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan preferensi konsumen serta kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar.

Beberapa peneliti terdahulu telah mengupas korelasi antara orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan prestasi usaha mikro kecil (UMK). Pramesti dan Giantari (2016) dalam penelitian yang mereka lakukan menyimpulkan jika orientasi kewirausahaan memiliki dampak positif dan relevan terhadap orientasi pasar dan prestasi UMK di sektor kerajinan endek. Nuvriasari dkk. (2017) juga menemukan bahwa orientasi pasar dan kewirausahaan mempunyai peran yang positif terhadap strategi bersaing dan prestasi UMK.

Elvina (2020) dalam penelitiannya turut memberitahukan bahwasanya orientasi kewirausahaan dan pasar mempunyai peranan yang penting dalam menaikkan prestasi UMK di sektor *fashion* di Kabupaten Labuhan Batu dan Kabupaten Labuhanbatu Selatan, Provinsi Sumatera Utara. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa orientasi pasar mempunyai pengaruh yang paling substansial dalam menaikkan prestasi UMK.

Meskipun telah ada beberapa penelitian sebelumnya yang menginvestigasi korelasi di antara orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan performa UMK, terdapat beberapa aspek baru yang dapat dijelaskan dalam penelitian ini. Pertama, penelitian ini akan berfokus pada sentra UMK kuliner Deles di Surabaya, yang memiliki karakteristik yang unik dan potensi pertumbuhan yang signifikan. Lokasi ini menjadi tempat yang tepat untuk mendapatkan persepsi yang lebih mendalam terkait peran orientasi pasar dengan orientasi kewirausahaan dalam menaikkan performa UMK disektor kuliner.

Kemudian, penelitian ini akan mempertimbangkan inovasi produk sebagai variabel yang berpotensi mempengaruhi performa UMK. Inovasi produk menjadi penting karena mampu memberikan eminensi kompetitif dan menciptakan nilai tambah bagi UMK dalam menghadapi persaingan yang semakin sengit di pasar kuliner.

Analisis regresi berganda akan dipakai untuk memeriksa bagaimana orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan kinerja UMK kuliner Deles di Surabaya berkorelasz satu

sama lain. Metode ini akan memberikan pemahaman yang lebih lengkap tentang hubungan antarvariabel dan unsur-unsur yang memberikan dampak pada kinerja UMK di sektor kuliner.

Dilakukannya penelitian ini untuk menyelidiki dan menganalisis korelasi antara orientasi pasar, inovasi produk, orientasi kewirausahaan, dan kinerja UMK kuliner Deles di Surabaya. Pertanyaan penelitian yang akan dijawab meliputi: (1) Apakah orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap orientasi pasar dan kinerja UMK kuliner Deles di Surabaya? (2) Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap inovasi produk dan kinerja UMK kuliner Deles di Surabaya? (3) Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja UMK kuliner Deles di Surabaya?

Harapannya, penelitian ini mampu memberikan pengertian yang lebih mendalam terkait unsur-unsur yang memengaruhi kinerja UMK kuliner Deles di Surabaya dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut. Sementara itu, hasil dari penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan sumbangan dalam pengembangan strategi dan kebijakan yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMK di sektor kuliner.

Metode

Penelitian ini mengadopsi pendekatan metode kuantitatif dalam bentuk survei untuk mengumpulkan data secara sistematis dan objektif tentang orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, serta kinerja bisnis Usaha Mikro Kecil (UMK) di Sentra UMK Kuliner Deles Surabaya. Metode survei dipilih untuk memfasilitasi peneliti dalam mengumpulkan data dari responden melalui penggunaan kuesioner yang telah terstruktur.

Populasi yang diteliti terdiri dari para pelaku usaha UMK kuliner yang beroperasi di Sentra UMK Kuliner Deles Surabaya. Jumlah total pelaku usaha UMK kuliner dalam populasi tersebut diperkirakan sekitar 30 orang. Namun, mengingat terbatasnya waktu dan sumber daya yang tersedia, penelitian ini menerapkan metode sampel acak sederhana. Sampel dipilih dari populasi yang memenuhi kriteria inklusi, yakni pelaku usaha UMK kuliner yang beroperasi di Sentra UMK Kuliner Deles Surabaya.

Penelitian ini memilih untuk menggunakan teknik pemilihan sampel *convenience sampling*. Alasan memilih metode ini adalah karena keterbatasan dan keterjangkauan populasi yang ingin diteliti. Responden penelitian berjumlah 30 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui penggunaan kuesioner yang didesain berdasarkan tinjauan literatur serta tujuan penelitian. Kuesioner terdiri dari tiga bagian, yaitu orientasi pasar, kinerja usaha, dan orientasi kewirausahaan. Setiap bagian kuesioner mengandung pernyataan yang diukur menggunakan skala Likert dengan lima opsi jawaban, yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Sebelum menyebarkan kuesioner, penting untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen yang akan dipakai. Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa

instrumen tersebut secara tepat mengukur konsep yang ingin diteliti. Sementara itu, uji reliabilitas dilakukan untuk mengevaluasi keselarasan dan kehandalan instrumen dalam menghasilkan data yang konsisten dan dapat dipercaya.

Data yang sudah dikumpulkan lalu dianalisis dengan metode analisis statistik untuk menghasilkan kesimpulan yang logis. Dalam analisis tersebut, terdapat dua pendekatan yang akan digunakan, yaitu analisis inferensial dan analisis deskriptif. Melalui analisis deskriptif, akan dilakukan penjelasan mengenai karakteristik responden dan variabel penelitian secara umum. Sementara itu, analisis inferensial akan melibatkan pengujian hipotesis serta penerapan teknik regresi linier berganda guna mengevaluasi dampak dari orientasi kewirausahaan dan pasar terhadap kinerja usaha UMK kuliner di Sentra UMK Kuliner Deles Surabaya.

Dalam analisis regresi linier berganda, variabel kinerja usaha akan dijadikan variabel terikat, sedangkan orientasi kewirausahaan dan pasar akan menjadi variabel independen. Selain itu, akan dilakukan analisis multikolinearitas untuk memeriksa kemungkinan adanya korelasi antara variabel independen. Validitas internal penelitian ini akan dijamin melalui uji validitas dan reliabilitas instrumen.

Dalam penelitian ini, penting bagi kami untuk menjaga etika penelitian dengan memastikan kerahasiaan identitas dan tanggapan dari responden kami. Data yang kami kumpulkan hanya akan dipakai untuk kepentingan penelitian dan tidak akan disebar atau digunakan untuk tujuan lain tanpa izin tertulis dari responden. Selain itu, kami akan mematuhi semua prinsip hukum dan peraturan yang terkait dengan penelitian ini, termasuk memperoleh izin dan persetujuan yang diperlukan sebelum memulai penelitian.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil

Penelitian ini melibatkan 30 responden yang merupakan pelaku usaha UMK kuliner di Sentra UMK Kuliner Deles Surabaya. Usia responden berkisar antara 25 hingga 50 tahun dengan rentang usia terbanyak berada di rentang 31-40 tahun.

Tabel 1 Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah (orang)	Presentase
20-30	7	23%
31-40	12	40%
41-50	4	13%
>51	7	23%
Total	30	100%

Data yang sudah dikumpulkan lalu dianalisis dengan metode analisis statistik untuk Orientasi kewirausahaan diukur menggunakan indikator inovasi, pengambilan risiko, dan proaktif. Berdasarkan analisis deskriptif, hasil menunjukkan bahwa pelaku usaha UMK kuliner di Sentra UMK Kuliner Deles Surabaya memiliki tingkat orientasi kewirausahaan yang cukup tinggi. Skor rata-rata orientasi kewirausahaan secara keseluruhan adalah 4,23 (pada skala 1-5),

menunjukkan bahwa responden cenderung inovatif, berani mengambil risiko, dan proaktif dalam menjalankan usaha kuliner mereka.

Orientasi pasar diukur menggunakan indikator orientasi pelanggan dan orientasi pesaing. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa pelaku usaha UMK kuliner di Sentra UMK Kuliner Deles Surabaya memiliki tingkat orientasi pasar yang tinggi. Skor rata-rata orientasi pasar secara keseluruhan adalah 4,35, menunjukkan bahwa responden cenderung fokus pada kepuasan pelanggan, memahami kebutuhan pasar, dan selalu berupaya bersaing dengan pesaing dalam menjalankan usaha kuliner mereka.

Kinerja usaha diukur menggunakan indikator keuntungan, pertumbuhan penjualan, dan kepuasan pelanggan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa pelaku usaha UMK kuliner di Sentra UMK Kuliner Deles Surabaya memiliki tingkat kinerja usaha yang baik. Skor rata-rata kinerja usaha secara keseluruhan adalah 4,15, menunjukkan bahwa responden mencapai tingkat keuntungan yang memadai, pertumbuhan penjualan yang stabil, dan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi.

Berdasarkan analisis regresi berganda yang sudah dilaksanakan, didapati adanya pengaruh yang kasatmata antara orientasi kewirausahaan (X_1) terhadap kinerja usaha (Y) dengan koefisien regresi 0.307 ($p < 0.05$). Dengan kata lain, setiap peningkatan 1 unit dalam orientasi kewirausahaan, kinerja usaha cenderung naik sebesar 0.307 unit, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap. Temuan ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang memperlihatkan jika orientasi kewirausahaan mempunyai peran yang penting dalam menaikkan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMK).

Selanjutnya, pengaruh yang kasatmata terhadap kinerja usaha (Y) juga ditemukan pada variabel orientasi pasar (X_2) dengan koefisien regresi sebesar 0,412 ($p < 0,05$). Dalam konteks ini, peningkatan satu unit dalam orientasi pasar berhubungan dengan peningkatan sebesar 0,412 unit dalam kinerja usaha, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap konstan. Temuan ini selaras dengan penelitian yang telah dikutip sebelumnya yang menyatakan bahwa orientasi pasar memiliki dampak positif pada kinerja UMK.

Koefisien determinasi (R^2) dipakai untuk mengukur sejauh mana variasi dalam kinerja usaha (Y) mampu diuraikan oleh variabel independen, yaitu orientasi kewirausahaan (X_1) dan orientasi pasar (X_2). Hasil uji determinasi menunjukkan bahwa R^2 memiliki nilai sebesar 0,602 atau 60,2%. Dengan kata lain, sekitar 60,2% variasi dalam kinerja usaha dapat dijelaskan oleh

kombinasi orientasi kewirausahaan dan pasar yang dimasukkan ke dalam model regresi.

Nilai R² yang signifikan ini memperlihatkan orientasi kewirausahaan dan pasar yang secara beriringan memberikan kontribusi yang cukup besar dalam menjelaskan variasi dalam kinerja usaha UMK Kuliner Deles di Surabaya. Hal ini menunjukkan jika kedua variabel tersebut memiliki peran yang penting dan relevan terhadap kinerja usaha yang diamati.

Analisis korelasi berganda telah dilakukan untuk mengevaluasi kekuatan korelasi di antara variabel bebas (orientasi kewirausahaan dan pasar) dengan variabel terikat (kinerja usaha). Hasil analisis memperlihatkan jika terdapat korelasi yang kuat antara orientasi pasar, kinerja usaha, dan orientasi kewirausahaan pada para pelaku usaha UMK kuliner di Sentra UMK Kuliner Deles Surabaya. Lebih spesifik, terdapat korelasi sebesar 0,776 atau 77,6%. Angka korelasi yang tinggi ini menandakan adanya korelasi yang signifikan antara orientasi pasar, kinerja usaha, dan orientasi kewirausahaan.

Hal ini memperlihatkan bahwasanya semakin tinggi tingkat orientasi kewirausahaan dan pasar milik pelaku usaha UMK kuliner, maka kinerja usaha mereka cenderung meningkat. Korelasi sebesar 0,776 juga memperlihatkan terdapat korelasi positif yang kuat antara variabel-variabel tersebut. Dengan kata lain, perubahan dalam orientasi kewirausahaan dan pasar akan memberikan dampak yang kasatmata terhadap perubahan dalam kinerja usaha.

Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan memiliki dampak yang kasatmata akan performa usaha pada pelaku usaha UMK kuliner di Sentra UMK Kuliner Deles Surabaya yang ditunjukkan oleh analisis regresi linear. Temuan ini selaras dengan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya yang dilakukan dalam konteks yang serupa.

Studi yang dilaksanakan oleh Pramesti dan Giantari (2016) serta Nuvriasari et al. (2017) juga mendukung hubungan positif antara orientasi pasar, kinerja usaha, dan orientasi kewirausahaan. Hasil ini memberikan dukungan empiris yang konsisten terhadap konsep bahwa orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan memiliki peranan yang penting dalam menaikkan kinerja usaha pada sektor UMK kuliner.

Temuan mengenai orientasi kewirausahaan pada pelaku usaha UMK kuliner di Sentra UMK Kuliner Deles Surabaya yang menunjukkan tingkat yang cukup tinggi memiliki implikasi penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Skor *mean* orientasi kewirausahaan sebesar 4,23 memperlihatkan bahwa responden cenderung memiliki sikap yang proaktif, inovatif, serta berani mengambil risiko dalam menjalankan usaha kuliner mereka.

Keberhasilan dalam bisnis kuliner sering kali membutuhkan keberanian untuk berinovasi dan mengambil risiko yang strategis. Inovasi dapat meliputi pengembangan menu baru, penerapan teknologi, perubahan dalam proses produksi, atau pengenalan konsep baru dalam pengalaman pelanggan. Dalam hal ini, temuan bahwa responden memiliki orientasi

kewirausahaan yang tinggi menunjukkan bahwa mereka memiliki kemampuan dan kecenderungan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, mencari peluang baru, dan mendayagunakan sumber daya yang ada untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Selain itu, tingkat proaktifitas dalam menjalankan usaha kuliner juga menjadi faktor penting dalam mencapai kinerja yang baik. Pelaku usaha dengan orientasi kewirausahaan Analisis korelasi berganda telah dilakukan untuk mengevaluasi kekuatan korelasi di melakukan tindakan yang diperlukan untuk memajukan usaha mereka. Hal ini mencerminkan sikap dan perilaku yang progresif, yang secara langsung berdampak positif pada kinerja usaha.

Hasil tersebut selaras dengan penelitian yang telah disebutkan yang dilakukan oleh Muhamad Zidni Syukron (2016) dan Segara et al. (2019). Penelitian-penelitian tersebut juga menjumpai orientasi kewirausahaan yang memiliki peranan yang penting dalam menaikkan kinerja UMK. Oleh karena itu, temuan ini dapat memperkuat pemahaman kita tentang korelasi antara kinerja usaha dengan orientasi kewirausahaan pada pelaku usaha UMK kuliner.

Dalam konteks pengembangan ilmu pengetahuan, temuan ini memberikan kontribusi baru yang relevan dalam literatur terkait. Dalam bidang penelitian UMK kuliner, pemahaman yang lebih mendalam tentang orientasi kewirausahaan dan dampaknya akan performa usaha dapat memberikan panduan bagi pelaku usaha dan praktisi dalam meningkatkan performa bisnis mereka. Sementara itu, temuan ini juga dapat menjadi bahan rujukan bagi penelitian-penelitian mendatang yang ingin melihat lebih jauh tentang unsur-unsur yang mempengaruhi kinerja usaha UMK kuliner.

Temuan mengenai tingkat orientasi pasar yang tinggi pada pelaku usaha UMK kuliner di Sentra UMK Kuliner Deles Surabaya memiliki implikasi penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Skor *mean* orientasi pasar sebesar 4,35 menunjukkan bahwa responden cenderung memiliki fokus yang kuat pada kepuasan pelanggan, memahami kebutuhan pasar, dan berkompetisi dengan pesaing dalam menjalankan usaha kuliner.

Orientasi pasar yang tinggi mencerminkan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan dan memahami preferensi serta kebutuhan mereka. Dalam bisnis kuliner, kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci yang dapat mempengaruhi kesuksesan dan keberlanjutan usaha. Dengan memiliki orientasi pasar yang tinggi, pelaku usaha UMK kuliner di Sentra UMK Kuliner Deles Surabaya dapat menyesuaikan produk dan layanan mereka sesuai dengan keinginan pelanggan, meningkatkan pengalaman konsumen, dan membangun hubungan jangka panjang yang menguntungkan.

Selain itu, orientasi pasar yang tinggi juga mencerminkan kepekaan pelaku usaha terhadap persaingan di pasar. Dalam industri kuliner yang kompetitif, pelaku usaha perlu memahami pesaing mereka dan selalu berupaya meningkatkan keunggulan kompetitif. Melalui orientasi pasar yang tinggi, pelaku usaha dapat mengidentifikasi tren pasar, mengevaluasi strategi pesaing, dan mengadaptasi usaha mereka agar tetap relevan dan

kompetitif.

Hasil tersebut selaras dengan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya yang dilakukan oleh Elvina (2020) dan Fadhillah and Andayani (2020), yang juga menjumpai orientasi pasar yang memiliki pengaruh positif pada kinerja UMK. Dengan demikian, temuan ini dapat memberikan dukungan dan validasi tambahan terhadap korelasi antara kinerja usaha dengan orientasi pasar pada pelaku usaha UMK kuliner.

Dalam konteks pengembangan ilmu pengetahuan, temuan ini memberikan kontribusi penting dalam literatur terkait orientasi pasar pada UMK kuliner. Pemahaman yang lebih mendalam terkait betapa pentingnya orientasi pasar dan dampaknya terhadap kinerja usaha dapat memberikan panduan praktis bagi pelaku usaha UMK kuliner dalam mengoptimalkan strategi pemasaran dan menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Selain itu, temuan ini juga dapat menjadi sumbangan bagi penelitian-penelitian mendatang yang ingin mengeksplorasi lebih lanjut tentang unsur-unsur yang memengaruhi kinerja usaha UMK kuliner, dengan memperhatikan variabel orientasi pasar.

Hasil uji determinasi menunjukkan bahwa sekitar 60,2% variasi dalam kinerja usaha UMK kuliner di Sentra UMK Kuliner Deles Surabaya dapat dijelaskan oleh kombinasi orientasi kewirausahaan dan pasar yang dimasukkan ke dalam model regresi. Sisanya, sebesar 39,8%, merupakan variasi yang dapat diatribusikan kepada unsur-unsur lain yang tidak ikut dikaji dalam penelitian ini.

Penemuan ini menegaskan bahwa orientasi kewirausahaan dan pasar memainkan peran yang penting dalam menjelaskan variasi dalam kinerja bisnis. Bagi pelaku usaha UMK di sektor kuliner, keberagaman kinerja bisnis mereka dapat dipengaruhi oleh sejauh mana mereka memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat, yang ditandai dengan inovasi, pengambilan risiko, dan proaktif dalam menjalankan bisnis. Selain itu, tingginya orientasi pasar juga berkontribusi pada peningkatan kinerja bisnis dengan fokus pada kepuasan pelanggan, pemahaman kebutuhan pasar, dan kemampuan bersaing dengan pesaing. Hasil ini selaras dengan penelitian yang dikutip sebelumnya yang dilakukan oleh Sumiati (2015) dan Komariah et al. (2022). Penelitian Sumiati (2015) memperlihatkan adanya pengaruh yang kasatmata terhadap kinerja UMK di Kota Surabaya dari orientasi pasar dan kewirausahaan. Begitu pula dengan penelitian milik Komariah et al. (2022) yang menyimpulkan bahwa media sosial serta inovasi berpengaruh akan kinerja UMK makanan halal di Kota Bekasi Utara. Temuan ini menguatkan dan mendukung hubungan yang telah ditemukan dalam penelitian sebelumnya.

Dalam pengembangan ilmu pengetahuan, temuan ini memberikan kontribusi penting terhadap pemahaman tentang unsur-unsur yang mempengaruhi kinerja usaha UMK kuliner. Orientasi kewirausahaan dan pasar telah terbukti menjadi faktor kunci yang dapat meningkatkan kinerja usaha dalam konteks UMK kuliner di Sentra UMK Kuliner Deles Surabaya. Penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan melibatkan variabel-variabel spesifik yang relevan dengan sektor UMK kuliner.

Hasil uji korelasi berganda memperlihatkan adanya korelasi yang kuat antara orientasi

pasar, kinerja usaha, dan orientasi kewirausahaan pada pelaku usaha UMK kuliner di Sentra UMK Kuliner Deles Surabaya. Tingkat korelasi sebesar 77,6% memperlihatkan adanya keterkaitan yang kasatmata antara variabel-variabel tersebut. Dalam konteks ini, semakin tinggi tingkat orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh pelaku usaha, kinerja usaha cenderung meningkat.

Temuan ini didukung oleh literatur sebelumnya yang juga menyampaikan korelasi positif antara orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan kinerja UMK (Usaha Mikro Kecil Menengah).

Sebuah penelitian sebelumnya oleh Pramesti dan Giantari (2016) pada UMK industri kerajinan endek mendapati jika orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja UMK melalui orientasi pasar sebagai mediator.

Dengan demikian, temuan ini memberikan kontribusi penting terhadap pemahaman tentang unsur-unsur yang mempengaruhi kinerja usaha UMK kuliner. Orientasi kewirausahaan dan pasar menjadi faktor yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan oleh pelaku usaha UMK kuliner dalam upaya meningkatkan kinerja usaha mereka. Pengembangan orientasi kewirausahaan yang inovatif, berani mengambil risiko, dan proaktif serta orientasi pasar yang fokus pada kepuasan pelanggan dan persaingan dengan pesaing akan membawa dampak positif terhadap kinerja usaha.

Penemuan penelitian ini memberikan kontribusi baru dan perspektif baru pada kemajuan ilmu pengetahuan tentang UMK kuliner. Dalam penelitian sebelumnya, orientasi kewirausahaan dan pasar telah diidentifikasi sebagai komponen penting dalam meningkatkan kinerja UMK. Namun, penelitian ini meneliti pelaku usaha UMK kuliner di Sentra UMK Kuliner Deles Surabaya dan memberikan temuan baru. Selain itu, penelitian ini memakai analisis regresi linear berganda dan uji korelasi berganda untuk meningkatkan pemahaman kita tentang bagaimana orientasi pasar, kinerja usaha, dan orientasi kewirausahaan berhubungan satu sama lain.

Meskipun demikian, perlu diingat bahwa penelitian ini memiliki batasan. Pertama-tama, penelitian ini hanya melibatkan pelaku usaha UMK kuliner di Sentra UMK Kuliner Deles Surabaya. Akibatnya, hasil penelitian ini tidak dapat secara langsung digeneralisasi ke bisnis kuliner UMK lainnya. Kedua, penelitian ini hanya memakai uji korelasi berganda dan analisis regresi linear berganda. Oleh karena itu, dengan menerapkan metode dan teknik yang berbeda yang dapat memberikan wawasan yang lebih dalam, ada kemungkinan untuk mengembangkan penelitian lebih lanjut. Selain itu, unsur-unsur lain yang belum dapat diteliti dalam penelitian ini mungkin dapat menjadi subjek penelitian di masa depan untuk memperoleh persepsi yang lebih baik terkait unsur-unsur yang mempengaruhi kinerja bisnis UMK kuliner.

Kesimpulan

Secara keseluruhan, didapati hasil kinerja usaha pada pelaku usaha UMK (Usaha Mikro Kecil) kuliner di Sentar UMK Kuliner Deles Surabaya dipengaruhi oleh orientasi pasar serta orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan yang tinggi, yang ditunjukkan oleh inovasi, proaktifitas, dan pengambilan risiko, berkontribusi positif terhadap kinerja usaha. Selain itu, orientasi pasar yang kuat, dengan fokus pada kepuasan pelanggan, pemahaman kebutuhan pasar, dan persaingan dengan pesaing, juga berperan penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Temuan ini membagikan persepsi yang lebih menyeluruh tentang unsur-unsur yang mempengaruhi kinerja usaha UMK kuliner dan dapat menjadi pedoman bagi pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas dan keberhasilan usaha mereka.

Ucapan Terimakasih

Seiring dengan berakhirnya penelitian ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada para pendidik di lembaga Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan dukungan dan arahan selama penelitian ini dilakukan dan kepada para pelaku usaha yang sudah ikut serta dan sukarela memberikan data dan informasi yang diperlukan untuk mendukung penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Auh, S., & Menguc, B. (2005). Balancing exploration and exploitation: The moderating role of competitive intensity. *Journal of business research*, 58(12), 1652-1661.
- Elvina. (2020). Pengaruh Orientasi kewirausahaan dan pasar Terhadap Kinerja UMK. *Jshp*, 4(1), 46-55.
- Fadhillah, Islah, and Rachmawati Novaria Sri Andayani. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Dan Kreativitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Usaha DR. Spicy Cepu*. no. 130, 2020.
- Feriyansyah, A. & Febriansyah. (2022). Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha kecil dan menengah (studi kasus usaha makanan ringan di kota Pagar Alam). *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(1).
- Komariah, Neng Siti, et al. (2022). Pengaruh Inovasi Dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMK Makanan Halal Di Kota Bekasi Utara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 2247. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5957>.
- Kuratko, D. F., Goodale, J. C., Hornsby, J. S., & Covin, J. G. (2011). Operations management and corporate entrepreneurship: The moderating effect of operations control on the antecedents of corporate entrepreneurial activity in relation to innovation performance. *Journal of operations management*, 29(1-2), 116-127.
- Lasmaida, S. (2018). Peran UMK (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 4(1), 1-8.
- Muhamad Zidni Syukron, Ngatno. (2016). Pendahuluan. *Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing UMK Jenang Di Kabupaten Kudus*, 5, 24-34.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of marketing*, 54(4), 20-35.
- Nuvriasari, Audita, et al. (2017). Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Strategi Bersaing Terhadap Peningkatan Kinerja Ukm. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 19(2), 241. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2015.v19.i2.1766>.
- Pramesti, Ni Made Vera, and I. Gusti Ayu Ketut Giantari. (2016). Peran Orientasi Pasar Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UKM Industri Kerajinan Endek. *Journal of Marketing*, 54(4), 20-35.

- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 761-787.
- Segara, Afifa Ayang, et al. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 5(2), 1-11.
- Sumiati, Sumiati. (2015). Pengaruh Strategi Orientasi Wirausaha Dan Orientasi Pasar Pengaruhnya Terhadap Kinerja Perusahaan UMK Di Kota Surabaya. *Jmm*17, 2(1).