

**PERAN ORIENTASI PASAR MEMEDIASI PENGARUH ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA UKM INDUSTRI
KERAJINAN ENDEK**

**Ni Made Vera Pramesti
I Gusti Ayu Ketut Giantari**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
E-mail: verapramesti@rocketmail.com/ telp: +62 81 805 522 225

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap orientasi pasar, orientasi pasar terhadap kinerja UKM, orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM dan peran orientasi pasar memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 37 usaha dan menggunakan teknik sampel jenuh (sensus). Data dikumpulkan dengan wawancara dan kuesioner. Hipotesis diuji dengan teknik analisis jalur (path analysis) dan uji sobel. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa semua hipotesis yang diajukan diterima. orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap orientasi pasar, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM, orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM dan orientasi pasar mampu memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM di Kabupaten Klungkung secara signifikan.

Kata kunci: orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, kinerja UKM

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of entrepreneurial orientation on market orientation, market orientation on SMEs performance, entrepreneurial orientation on SMEs performance, and mediating effect of market orientation at endek weaving Small and Medium Enterprises (SMEs) in Klungkung. Study population is 37 endek weaving SMEs and sampling technique is census method. Data collected by questionnaires and interviews. Path analysis and sobel was used to test the hypotheses. Analysis result shows that three hypotheses is accepted. Entrepreneurial orientation has significant and positive effect on market orientation, market orientation has significant and positif effect on business performance, entrepreneurial orientation has significant and positive effect on business performance, and effect entrepreneurial orientation on business performance is mediated by market orientation endek weaving SMEs in klungkung.

Keywords: *entrepreneurial orientation, market orientation, SMEs performance*

PENDAHULUAN

Sebagian besar dari perekonomian masyarakat suatu Negara digerakan oleh UKM (Afiah, 2009). Menurut Nur *et al.*, (2014) UKM dapat berperan dalam meningkatkan lapangan pekerjaan, pembangunan Negara, dan penting untuk mendistribusikan hasil pembangunan. UKM di Indonesia memiliki peranan penting dalam pergerakan perekonomian Negara (Sari, 2015). Menurut Suryana (2014 : 233) UKM memiliki kelebihan yaitu tidak mudah goncang, karena bahan baku dan sumber daya lainnya kebanyakan lokal, rentan terhadap fluktuasi bahan baku impor, bahkan bila harga bahan baku mahal akibat tingginya nilai mata uang asing, perusahaan kecil yang menggunakan bahan baku lokal dapat berpeluang memproduksi barang – barang untuk keperluan ekspor.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Usaha Kecil, Mikro dan Menengah, Koperasi, jumlah UKM di Indonesia selalu meningkat setiap tahunnya. Tahun 2012 jumlah UKM di Indonesia mencapai 56.534.592 dan pada tahun 2013 sebanyak 57.895.721, UKM di Indonesia tumbuh 2.41% (Depkop.go.id). Menurut Hadiyati (2011) meningkatnya jumlah UKM dapat ditinjau dari berbagai aspek meliputi : jumlah industrinya yang besar dan terdapat dalam setiap sektor, memiliki potensi dalam menciptakan lebih banyak lapangan kerja dibandingkan investasi yang sama pada usaha skala yang lebih besar, kontribusi UKM dalam pembentukan PDB cukup signifikan, memberikan sumbangan devisa kepada Negara dengan nilai ekspor yang cukup stabil. Semakin meningkatnya jumlah UKM di Indonesia maka semakin kompetitif persaingan antar usaha. Setiap usaha dituntut untuk mampu menonjolkan keunggulan

kompetitifnya dari produk atau jasa yang dihasilkannya yang kemudian memindai kinerja perusahaannya untuk tetap dapat bertahan dan bersaing di pasar.

Kinerja adalah pencapaian persyaratan tertentu yang tercermin dari output yang dihasilkan baik dari jumlah maupun kualitasnya (Simamora, 2001 : 327). Suci (2009) berpendapat bahwa kinerja (*Performance*) merujuk pada tingkat pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu. Menurut Lestari (2010) menyatakan bahwa kinerja adalah pengukuran kemampuan keuangan perusahaan seperti tingkat keuntungan, tingkat investasi dengan kedua pertumbuhan penjualan dan laba. Kinerja dapat mencerminkan pencapaian tujuan finansial perusahaan maupun tujuan – tujuan lainnya melalui pelaksanaan taktik dan strategi (Andriyani, 2005). Zhang & Bruning (2011) menyatakan bahwa kinerja dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar.

Menurut Kohli & Jaworski (1990) orientasi pasar adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan informasi mengenai konsumen dan pesaing. Menurut Prakorsa (2005) orientasi pasar merupakan konstruk yang berdimensi tunggal yang terdiri dari 3 komponen perilaku meliputi, 1) orientasi pelanggan, yaitu perusahaan berfokus terhadap pelanggan merupakan elemen penting dalam orientasi pasar, termasuk memperoleh informasi mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggan, mengambil tindakan berdasarkan intelijen pasar, strategi berdasarkan pemahaman pada pelanggan (Kohli & Jaworski, 1990), 2) orientasi pesaing yaitu, pemahaman mengenai kekuatan, kelemahan dan kemampuan dari pesaing (Narver & Slatter, 1990), 3) koordinasi antarfungsional yaitu, elemen –

elemen dalam usaha dapat berkontribusi dalam menciptakan nilai pelanggan (Narver & Slatter, 1990).

Selain orientasi pasar, permasalahan internal lainnya yang sering dihadapi UKM adalah orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan mengukur sejauh mana manajer perusahaan menjadi lebih inovatif, proaktif dan berani dalam mengambil risiko (Lumpkin & Dess, 1996). Lumpkin & Dess (1996) dalam jurnalnya *Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance*, menjelaskan perbedaan kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan. Kewirausahaan didefinisikan sebagai *new entry* yang dapat dilakukan dengan memasuki pasar yang tetap atau pasar baru dengan produk atau jasa yang telah ada maupun baru atau meluncurkan perusahaan yang baru, sedangkan orientasi kewirausahaan digambarkan sebagai proses, praktek dan aktifitas pembuat keputusan (orientasi kewirausahaan) yang mendorong *new entry* (kewirausahaan) (Lumpkin & Dess, 1996).

Perusahaan dengan orientasi kewirausahaan akan menjadi lebih inovatif, dimana perusahaan memiliki kemampuan dan bersedia untuk mendukung kreatifitas, ide – ide baru, dan eksperimen yang menghasilkan produk atau jasa baru (Lumpkin & Dess, 1996). Orientasi kewirausahaan dalam perusahaan ditunjukkan oleh bagaimana manajer puncak menjalankan bisnis dengan menyadari akan adanya risiko, bersedia untuk berubah dan berinovasi dengan tujuan untuk memperoleh keunggulan kompetitif pada perusahaan, dan bersaing dengan agresif terhadap pesaing (Miller, 1983).

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menjelaskan pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap orientasi pasar, pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UKM, pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM, dan peran orientasi pasar dalam memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pada UKM endek yang berada di Kabupaten Klungkung. Beberapa peneliti sebelumnya telah menemukan bahwa pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar dikembangkan ke dalam satu model bersama – sama, orientasi pasar memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja ((Ahimbisibwe *et al.*, (2013); Li *et al.*, (2008); Pelham & Wilson (1996)), namun tidak demikian dengan orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan tidak diharapkan memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja (Kumalaningrum, 2012; Matsuno, *et al.*, 2002). Hal ini mungkin terjadi karena orientasi kewirausahaan memiliki dampak tidak langsung pada profitabilitas, melainkan dimediasi dengan konstruk lainnya yaitu orientasi pasar (Kumalaningrum, 2011)

Endek kini tidak hanya dikenal oleh masyarakat lokal, namun juga mulai dikenal oleh masyarakat mancanegara, terlebih lagi Kabupaten Klungkung sebagai sentral dari endek di Bali (Republika.com). Saat pelaksanaan KTT APEC 2013 lalu yang diselenggarakan di Nusa Dua, Kabupaten Klungkung menjadi salah satu Kabupaten yang dikunjungi langsung oleh puluhan anggota delegasi APEC yang terdiri dari *Women Forum* APEC yang berkunjung ke Desa Gelgel, Kabupaten Klungkung untuk melihat langsung proses pembuatan endek dan songket dan berkunjung ke pasar seni Klungkung untuk membeli kain endek (Klungkungkab.go.id). Endek juga merupakan salah satu seragam resmi yang

harus dikenakan oleh instansi pemerintahan yang telah dia atur dalam mengeluarkan Surat Edaran nomor 03 tahun 2015, tertanggal 25 pebruari (AntaraBali.com). Oleh karena itu, untuk lingkungan pendidikan dan pegawai pemerintahan diwajibkan menggunakan endek sebagai salah satu seragam resmi.

Menurut Kumalaningrum (2011), UKM dengan orientasi kewirausahaan memiliki keterampilan dalam menilai kebutuhan konsumen, dan menjadi mungkin yang pertama dalam menawarkan produk dan jasa di pasar serta membuat perluasan lini dan merek terhadap pangsa pasar baru usaha. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Affendy *et al.*, (2015) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap orientasi pasar pada Usaha Kecil dan Menengah di Malaysia, dimana semakin tinggi pengembangan orientasi kewirausahaan pada UKM maka semakin tinggi pula orientasi pasar. Penelitian yang telah dilakukan oleh Ma *et al.*, (2012) menemukan dalam penelitiannya bahwa proaktif dan berani dalam mengambil risiko (*risk taking*) mempengaruhi orientasi pasar pada perusahaan sosial di Korea Selatan.

H₁: Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap orientasi pasar UKM endek di Kabupaten Klungkung

Menurut Gray *et al.*, (2002) orientasi pasar didefinisikan sebagai perilaku organisasi yang mengidentifikasi kebutuhan konsumen, perilaku kompetitor, menyebarkan informasi pasar ke seluruh organisasi dan meresponnya dengan suatu koordinasi, perhitungan waktu, dan perhitungan keuntungan. Kepuasan pelanggan akan berubah menjadi pelanggan yang loyal dan akan meningkatkan penjualan dan pembelian ulang (Wang *et al.*, 2012). Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anggraeni *et al.*, (2014) menemukan bahwa orientasi pasar berkontribusi

positif dan signifikan terhadap kinerja usaha pada industri jasa salon kecantikan dan SPA di kota Pekanbaru. Penelitian yang dilakukan Li *et al.*, (2008) menemukan bahwa dimensi orientasi pasar meliputi orientasi pelanggan, orientasi pesaing, koordinasi interfunksional mempengaruhi kinerja UKM di beberapa Provinsi di China. Susanto (2012) dalam penelitiannya yaitu pengaruh orientasi pasar pada kinerja perusahaan kecil menemukan bahwa orientasi Pesaing dan orientasi pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan kecil di Yogyakarta.

H₂ : Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM endek di Kabupaten Klungkung

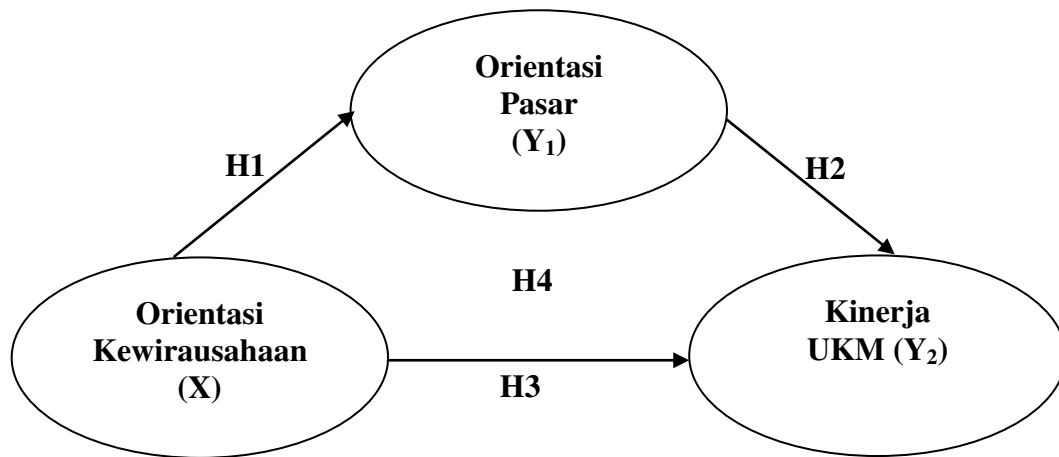
Orientasi kewirausahaan adalah kecenderungan untuk melakukan inovasi, proaktif, dan mau mengambil risiko untuk memulai atau mengelola usaha (Lumpkin & Dess 1996). Budaya orientasi kewirausahaan baru-baru ini menjadi faktor penting dalam pertumbuhan profitabilitas perusahaan (Zainol & Ayadurai, 2010). Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Riana *et al.*, (2011) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Meningkatnya kemampuan inovasi, menjadi lebih proaktif dan berani dalam mengambil risiko maka akan meningkatkan kinerja usaha. Lukiasuti (2012) dalam penelitiannya menemukan bahwa keluaran yang dihasilkan oleh para manajer dan pemilik UKM batik di Sragen Jawa Tengah dipengaruhi orientasi wirausaha, dan akan menjadi lebih meningkat apabila didukung oleh komitmen perilaku.

H₃: Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM endek di Kabupaten Klungkung

Menurut Kumalaningrum (2012) menyatakan bahwa dengan orientasi kewirausahaan yang kuat akan mengembangkan konsep produk yang baru yang menuju kepada kebutuhan pelanggan yang ada dan sesuai dengan kebutuhan pasar, sehingga dapat menghasilkan profit margin yang tinggi. Matsuno *et al.*, (2002) menemukan dalam penelitiannya bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh tidak langsung terhadap kinerja organisasi dengan dimediasi oleh orientasi pasar pada perusahaan manufaktur di Australia. Affendy (2015) menemukan dalam penelitiannya bahwa hubungan orientasi kewirausahaan dan kinerja dimediasi oleh orientasi pasar, yang diteliti pada pemilik UKM di Malaysia.

H₄: Orientasi pasar signifikan memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM endek di Kabupaten Klungkung

Kerangka konseptual dalam penelitian ini sebagai berikut :



Gambar : 1 kerangka konseptual penelitian

Sumber: kajian penelitian sebelumnya

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian dalam penelitian ini digolongkan kedalam penelitian asosiatif yaitu, penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2014:55). Penelitian ini dilakukan pada industri kerajinan kain endek di Kabupaten Klungkung. Lokasi ini dipilih karena Kabupaten Klungkung merupakan sentral endek di Provinsi Bali, selain itu kain endek Kabupaten Klungkung telah banyak dikenal oleh masyarakat lokal dan mulai dikenal oleh masyarakat mancanegara. Objek didalam penelitian ini adalah peran orientasi pasar (Y_1) memediasi pengaruh orientasi kewriausahaan (X) terhadap kinerja UKM (Y_2) pada industri kerajinan kain endek.

Penelitian ini menggunakan tiga jenis variabel yang terdiri dari variabel eksogen (X) yaitu orientasi kewriausahaan, variabel mediasi atau variabel intervening (Y_1) yaitu orientasi pasar, variabel endogen (Y_2) yaitu kinerja UKM (Y_2). Orientasi kewriausahaan diukur menggunakan 6 indikator yang mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Parkman *et al.*, (2012) dan Lumpkin & Dess (1996). Orientasi pasar terdiri dari 3 dimensi yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing, koordinasi antarfungsi, masing – masing dimensi diukur menggunakan 3 indikator yang mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Narver & Slatter (1990) dan Zhang & Bruning (2011). Variabel kinerja UKM diukur menggunakan 3 indikator yang mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Shahbaz *et al.*, (2014) dan Zhang & Bruning (2011).

Data kuantitatif yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah jumlah UKM kain endek di Kabupaten Klungkung tahun 2015 yang diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali dan tabulasi hasil kuesioner. Data kualitatif yang dikumpulkan adalah data mengenai gambaran umum mengenai UKM endek di Kabupaten Klungkung. Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan melalui hasil wawancara dan jawaban dari kuesioner yang disebarakan pada responden. Data sekunder yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu jumlah UKM endek di Kabupaten Klungkung yang diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali, jumlah UKM di Indonesia yang diperoleh dari Dinas Usaha Kecil, Mikro dan Koperasi Negara Indonesia dan hasil penelitian sebelumnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah 60 unit usaha endek yang berada di Kabupaten Klungkung yang terdaftar di tahun 2015 di DISPERINDAG Provinsi Bali. Setelah dilakukannya survei lapangan, Kabupaten Klungkung memiliki 37 unit usaha kerajinan endek sedangkan sisanya 23 usaha telah mengalihkan usahanya pada industri lain. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara yaitu melalui menyiapkan daftar pertanyaan terstruktur yang digunakan untuk memperoleh informasi mengenai penilaian responden dan kuesioner yang terdiri dari pertanyaan terbuka tentang identitas responden dan pernyataan yang merupakan indikator – indikator dari variabel penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel jenuh (sensus), dimana menggunakan keseluruhan populasi yaitu 37 usaha sebagai unit analisis. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui wawancara dan penyebaran

kuesioner terhadap pemilik atau pengelola endek di Kabupaten Klungkung. Skala penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Setiap indikator penelitian diukur dengan menggunakan skala likert 1-5 poin skala dan derajat persetujuan dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju.

Penelitian ini menggunakan pengujian instrument dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan 1) analisis faktor konfirmatori, digunakan untuk mengestimasi pengukuran model, menguji undimensionalisasi dari masing – masing model yaitu orientasi kewirausahaan (X_1), orientasi pasar (Y_1), kinerja UKM (Y_2), 2) analisis jalur (*Path Analysis*) digunakan dalam menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antar variabel X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap Y serta dampaknya terhadap Z (Riduwan & Kuncoro, 2014:115), 3) uji sobel, yang digunakan untuk menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel orientasi kewirausahaan (X) terhadap kinerja UKM (Y_2) melalui variabel (Y_1). Teknik analisis jalur dirumuskan kedalam persamaan struktural berikut :

Persamaan Sub-struktural 1

$$Y_1 = \beta_1 X_1 + e_1 \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

β_1 = Koefisien regresi dari variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh langsung terhadap orientasi pasar

X = Orientasi kewirausahaan

Y₁ = Orientasi pasar

e₁ = Nilai kekeliruan taksiran standar

Persamaan Sub-struktural 2

$$Y_2 = \beta_3 X_1 + \beta_2 Y_1 + e_2 \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan :

Y₁ = Kinerja UKM

β₂ = Koefisien regresi dari orientasi pasar berpengaruh langsung terhadap kinerja UKM

β₃ = Koefisien regresi variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh langsung terhadap kinerja UKM

X = Orientasi kewirausahaan

Y₁ = Orientasi Pasar

e₂ = Nilai kekeliruan taksiran standar

penelitian ini juga menggunakan uji sobel yang digunakan untuk menguji besarnya pengaruh tidak langsung variabel orientasi kewirausahaan (X) terhadap kinerja UKM (Y₂) melalui variabel (Y₁). Uji sobel dapat dirumuskan kedalam rumus sebagai berikut :

$$Z = \frac{ab}{\sqrt{b^2 s_a^2 + a^2 s_b^2 + s_a^2 s_b^2}} \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan :

S_{ab} = besarnya standar error tidak langsung

S_a = standar error koefisien β₁

S_b = standar error koefisien β_3

a = koefisien jalur X terhadap Y_1

b = koefisien jalur Y_1 terhadap Y_2

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden penelitian ini digambarkan kedalam beberapa kriteria yaitu : jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir. Berdasarkan Tabel 1 pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa jumlah responden perempuan sebanyak 24 orang dengan persentase 64,9% dan responden laki – laki sebanyak 13 orang dengan persentase sebesar 35,1%.

Pengelompokan responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa responden dengan usia 21-30 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase sebesar 8,1%, dilanjutkan dengan responden dengan usia 31-40 tahun sebanyak 7 orang dengan persentase sebesar 18,9%. Responden dengan usia 41-50 tahun sebanyak 8 orang dengan persentase sebesar 21,6%, dan responden dengan usia 51 tahun ke atas sebanyak 19 orang dengan persentase sebesar 51,4%.

Pengelompokan responden berdasarkan tingkat pendidikan menunjukkan bahwa mayoritas responden dengan tingkat pendidikan SD sebanyak 16 orang dengan persentase sebesar 43,2%, responden dengan tingkat pendidikan SMP sebanyak 4 orang dengan persentase sebesar 10,8%, responden dengan tingkat pendidikan SMA sebanyak 12 orang dengan persentase sebesar 32,4%, responden dengan tingkat pendidikan Diploma adalah 1 orang dengan persentase sebesar 2,7%, responden dengan tingkat pendidikan Strata 1 (S1) sebanyak 3 orang

dengan persentase sebesar 8,2%, dan responden dengan tingkat pendidikan Strata 2 (S2) adalah 1 orang dengan persentase sebesar 2,7%.

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Klasifikasi	Jumlah Responden	Persentase Responden
1	Jenis Kelamin	Perempuan	24	64,9
		Laki- laki	13	35,1
		Jumlah	37	100
2	Usia	21-30	3	8,1
		31-40	7	18,9
		41-50	8	21,6
		51≤	19	51,4
		Jumlah	37	100
3	Tingkat Pendidikan	SD	16	43,2
		SMP	4	10,8
		SMA/ sederajat	12	32,4
		Diploma	1	2,7
		Sarjana	3	8,2
		Pascasarjana	1	2,7
		Jumlah	37	100

Sumber : data diolah, 2016

Berdasarkan pengolahan data diperoleh deskripsi jawaban responden terhadap variabel penelitian dapat disajikan kedalam Tabel 2.

Tabel 2.

Persepsi Responden terhadap Variabel Orientasi Kewirausahaan

Pernyataan	Skor Jawaban					Total Skor	Rata-Rata	Ket.	
	STS	TS	CS	S	SS				
Saya mencari sendiri ide – ide baru mengenai motif – motif kain endek	0	0	10	17	10	148	4,00	S	
Saya telah memproduksi banyak jenis dan motif baru kain endek	0	2	12	17	6	138	3,73	S	
Saya sangat sering menjadi yang pertama dalam mengenalkan jenis dan motif baru kain endek	0	0	11	16	10	147	3,97	S	
Secara umum, saya mengadopsi sikap yang sangat kompetitif untuk mengalahkan pesaing.	0	0	15	14	8	141	3,81	S	
Untuk melakukan perubahan, saya mau menerima paling tidak risiko moderat/dapat dikurangi	0	2	13	14	8	139	3,76	S	
Saya selalu mencari cara untuk menghadapi risiko	0	3	14	12	8	136	3,68	S	
	Rata-rata						3,82		

Sumber: Hasil analisis

Tabel 2. menunjukkan dari 6 (enam) pernyataan mengenai orientasi kewirausahaan memperoleh nilai rata – rata sebesar 3,82 dengan kriteria setuju, ini menunjukkan bahwa responden yaitu pemilik atau pengelola UKM kain endek di Kabupaten Klungkung memiliki orientasi kewirausahaan yang baik. Nilai rata – rata tertinggi jawaban responden ditunjukkan pada pernyataan “Saya mencari sendiri ide – ide baru mengenai motif – motif kain endek” dengan nilai rata – rata sebesar 4,00 dengan kriteria setuju, hal ini menunjukkan bahwa UKM endek di Kabupaten Klungkung memperoleh sendiri ide – ide baru yang dikembangkan pada kain endeknya.

Nilai rata – rata terendah dari jawaban responden ditunjukkan pada pernyataan “Saya selalu mencari cara untuk menghadapi risiko” dengan nilai rata–rata sebesar 3,68. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik atau pengelola UKM harus lebih sering dalam menemukan cara – cara untuk menghadapi risiko yang mungkin dialami UKM, sehingga dapat mengambil langkah antisipasi untuk meminimalkan risiko. Kemudian “Saya telah memproduksi banyak jenis dan motif baru kain endek”, dengan nilai rata – rata sebesar 3,73, hal ini berarti UKM harus lebih sering menciptakan jenis dan kain endek baru yang nantinya akan memberikan lebih banyak pilihan terhadap pelanggan dari produk yang variatif dan inovatif.

Tabel 3.
Persepsi Responden Terhadap Variabel Orientasi Pasar

No	Pernyataan	Skor Jawaban					Total Skor	Rata-Rata	Ket.
		STS	TS	CS	S	SS			
Dimensi Orientasi Pelanggan									
1	Tujuan utama dari bisnis adalah memuaskan kebutuhan konsumen	0	0	6	11	20	162	4,38	SS
2	Ide – ide kain endek saya berasal dari konsumen	0	0	4	17	16	160	4,32	SS
3	Strategi keunggulan bersaing usaha saya didasarkan pada pemahaman terhadap kebutuhan kosnumen	0	2	6	19	10	148	4,00	S
Rata-rata								4,23	
Diemensi Orientasi Pesaing									
4	Saya merespon dengan cepat kegiatan pesaing	0	1	10	22	4	140	3,78	S
5	Saya sering berdiskusi didalam perusahaan mengenai strategi pesaing	0	2	11	20	4	137	3,70	S
6	Saya secara teratur memindai kekuatan dan kelemahan pesaing	0	2	12	21	2	134	3,62	S
Rata-rata								3,74	
Dimensi Koordinasi Antarfungsi									
7	Semua fungsional dalam usaha ini dapat berkontribusi dalam menciptakan nilai pelanggan	0	2	11	20	4	137	3,70	S
8	Semua fungsional usaha ini memiliki strategi yang terintegrasi dalam melayani pelanggan	0	1	14	18	4	136	3,68	S
9	Setiap departemen usaha ini responsif dalam melayani permintaan pelanggan	0	2	8	22	5	141	3,81	S
Rata-rata								3,73	

Sumber : Hasil analisis

Data Tabel 3 menunjukkan bahwa 9 pernyataan mengenai orientasi pasar dengan jumlah nilai rata – rata tertinggi ada pada dimensi orientasi pelanggan dengan nilai rata – rata sebesar 4,23 yang termasuk dalam kategori sangat setuju, hal ini berarti bahwa UKM endek di Kabupaten Klungkung memiliki kesadaran yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan.

Total nilai rata – rata terendah ditunjukkan oleh dimensi koordinasi antarfungsional, dengan nilai rata – rata sebesar 3,73 termasuk dalam kategori setuju, hal ini berarti bahwa UKM endek harus lebih meningkatkan lagi koordinasi pada setiap fungsional usahanya, karena setiap fungsional usaha memiliki peran untuk menciptakan nilai unggul kepada pelanggan. Nilai rata – rata terendah dalam dimensi orientasi pesaing ditunjukkan pada pernyataan “Saya secara teratur memindai kelemahan dan kekuatan pesaing”, dengan nilai rata – rata sebesar 3,62, hal ini memiliki arti bahwa pemilik atau pengelola UKM endek harus lebih memperhatikan lagi informasi – informasi mengenai kekuatan dan kelemahan pesaing untuk mampu menciptakan strategi – strategi yang mampu mengungguli pesaing.

Tabel 4.
Perepsi Responden terhadap Variabel Kinerja UKM

No	Pernyataan	Skor Jawaban					Total Skor	Rata- Rata	Ket.
		STS	TS	CS	S	SS			
1	Pertumbuhan penjualan usaha saya meningkat 3 tahun terakhir ini	0	0	9	20	8	147	3,97	S
2	Profitabilitas usaha saya meningkat 3 tahun terakhir ini	0	2	14	17	4	134	3,62	S
3	Produktifitas usaha saya berjalan baik 3 tahun terakhir ini	0	1	14	14	8	140	3,78	S
Rata – rata								3,79	

Sumber : Hasil analisis

Tabel 4 menunjukkan bahwa 3 item pernyataan mengenai kinerja UKM memperoleh nilai rata – rata 3,79 dengan kategori setuju. Hal ini berarti bahwa responden yaitu pemilik atau pengelola UKM kain endek di Kabupaten Klungkung memiliki kinerja usaha yang baik. Nilai rata – rata tertinggi ditunjukkan pada pernyataan “Pertumbuhan penjualan usaha saya meningkat 3 tahun terakhir

ini” dengan nilai rata – rata 3,97 dan termasuk kedalam kategori setuju, hal ini menunjukkan bahwa penjualan produk kain endek UKM sejauh ini dapat berjalan dengan lancar.

Tabel 5.
Hasil Uji KMO

No	Variabel	KMO
1	Orientasi Kewirausahaan (X)	0,872
2	Orientasi Pasar (Y ₁)	0,729
3	Kinerja UKM (Y ₂)	0,731

Sumber : Hasil analisis

Berdasarkan hasil analisis menggunakan SPSS diperoleh hasil uji KMO dalam Tabel 5 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai KMO diatas 0,5, hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini memiliki kecukupan sampel untuk analisis faktor.

Tabel 6.
Nilai MSA

Variabel	Indikator	Nilai MSA
Orientasi Kewirausahaan (X)	Saya mencari sendiri ide-ide baru mengenai motif – motif kain endek (X ₁)	0,869
	Saya telah memproduksi banyak jenis dan motif baru kain endek (X ₂)	0,893
	Saya sering menjadi yang pertama dalam memperkenalkan jenis dan motif baru kain endek (X ₃)	0,856
	Secara umum, saya mengadopsi sikap yang sangat kompetitif untuk mengalahkan pesaing (X ₄)	0,910
	Untuk melakukan perubahan, saya mau menerima paling tidak risiko moderat/dapat dikurangi (X ₅)	0,855
	Saya selalu mencari cara untuk menghadapi risiko (X ₆)	0,851
Orientasi Pasar (Y ₁)	Tujuan utama dari bisnis adalah untuk memuaskan pelanggan (Y _{1.1.1})	0,625
	Ide – ide kain endek saya berasal dari konsumen (Y _{1.1.2})	0,715
	Strategi keunggulan bersaing usaha saya didasarkan pada pemahaman terhadap kebutuhan konsumen (Y _{1.1.3})	0,733
	Saya merespon dengan cepat kegiatan pesaing (Y _{1.2.1})	0,699
	Saya secara teratur berdiskusi didalam usaha mengenai strategi pesaing (Y _{1.2.2})	0,764
	Saya secara teratur memindai kekuatan dan kelemahan pesaing (Y _{1.2.3})	0,664
	Semua fungsional dalam usaha ini dapat berkontribusi dalam menciptakan nilai pelanggan (Y _{1.3.1})	0,608

	Semua fungsional usaha ini memiliki strategi yang terintegrasi dalam melayani pelanggan (Y _{1.3.2})	0,753
	Setiap departemen dalam usaha ini responsif dalam melayani permintaan pelanggan (Y _{1.3.3})	0,666
Kinerja UKM (Y ₂)	Pertumbuhan penjualan usaha saya meningkat 3 tahun terakhir (Y _{2.1})	0,684
	Profitabilitas usaha saya meningkat 3 tahun terakhir (Y _{2.2})	0,794
	Produktifitas usaha saya berjalan lancar 3 tahun terakhir (Y _{2.3})	0,733

Sumber : Hasil analisis

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa masing – masing variabel memiliki nilai MSA lebih besar dari 0,5, hal ini berarti bahwa model ini layak digunakan dalam analisis faktor.

Tabel 7.
Nilai Percentage of Variance

No	Variabel	Percentage of Variance
1	Orientasi Kewirausahaan (X ₁)	71,488
2	Orientasi Pasar (Y ₁)	78,805
3	Kinerja UKM (Y ₂)	81,638

Sumber : Hasil analisis

Tabel 7 menunjukkan bahwa masing – masing variabel memiliki nilai *percentage of variance* lebih besar dari 60 persen, hal ini berarti faktor dari seluruh variabel memiliki kelayakan untuk menjelaskan variabel faktornya.

Tabel 8.
Hasil Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Orientasi Pasar

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	% Confidence Interval for		Correlations			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1 (Constant)	.000	.118		.000	1.000	-.239	.239						
Orientasi KWU	.709	.119	.709	5.940	.000	.466	.951	.709	.709	.709	1.000	1.000	

a. Dependent Variable: Orientasi Pasar

Hasil pengujian hipotesis pada Tabel 8 menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap orientasi pasar dengan nilai sig. $0,000 < \alpha (0,05)$, ini mengindikasikan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap orientasi pasar. Semakin meningkat budaya orientasi kewirausahaan maka orientasi pasar juga akan meningkat, demikian juga sebaliknya, semakin turun orientasi kewirausahaan pada UKM maka orientasi pasar pada usaha akan turun. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 1 didukung.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Affendy *et al.*, (2015) yang menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap orientasi pasar pada usaha kecil & menengah (UKM) di Malaysia. Orientasi kewirausahaan akan mendorong perusahaan menjadi lebih inovatif yang melahirkan konsep baru produk yang merujuk pada kebutuhan pelanggan yang ada maupun pelanggan potensial (Kumalaningrum, 2011). Ma *et al.*, (2012) menyatakan bahwa perusahaan yang proaktif akan mengidentifikasi dan menanggapi pesaing dengan cepat, sehingga memberikan dampak terbaik pada budaya orientasi pasar pada organisasi, demikian juga pengambilan risiko, memberikan efek positif pada orientasi pasar pada perusahaan sosial di Korea Selatan.

Tabel 9.
Hasil Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UKM

Mode	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	% Confidence Interval for		Correlations			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1.(Constant)	.000	.070		.000	1.000	-.143	.143						
Orientasi KWU	.722	.101	.722	7.158	.000	.517	.927	.894	.775	.509	.498	2.008	
Orientasi Pasar	.242	.101	.242	2.404	.022	.447	.447	.754	.381	.171	.498	2.008	

a. Dependent Variable: kinerja

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai koefisien beta positif 0,242 dengan tingkat signifikan sebesar 0,022 (kurang dari 0,05) memiliki arti bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa variabel

orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM, hasil ini memiliki arti bahwa semakin meningkatnya orientasi pasar pada usaha akan meningkatkan kinerja UKM endek di Kabupaten Klungkung, demikian juga sebaliknya, menurunnya orientasi pasar pada usaha akan menurunkan kinerja UKM endek di Kabupaten Klungkung. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 1 didukung.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Li, *et al.*, (2008), menemukan bahwa orientasi pasar pada UKM di China berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan yang superior dicerminkan dengan usaha perusahaan dalam memahami pelanggan, merespon dengan cepat tindakan pesaing, dan memberikan perhatian terhadap pelayanan purna jual (Susanto, 2012). Amirkhani & Rasool (2009) menyatakan bahwa sudut pandang orientasi pasar memiliki pengaruh positif pada aktifitas dominan perusahaan, efektifitas dalam pasar dan kinerja keuangan pada *clean room industry*.

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 9 menunjukkan pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM yang ditunjukkan pada tabel 5 diperoleh nilai sig. sebesar 0,000 dengan nilai koefisien beta 0,722. Nilai sig. $0,000 < 0,05$. Hasil ini mempunyai arti bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Meningkatnya orientasi kewirausahaan akan meningkatkan kinerja UKM, demikian juga sebaliknya, menurunnya orientasi kewirausahaan akan menurunkan kinerja UKM. Hasil ini mengindikasikan bahwa hipotesis 3 didukung.

Berdasarkan hasil perhitungan uji sobel diketahui bahwa nilai Z_{hitung} sebesar $2,233 > Z_{tabel}$ (1,96). Hasil ini memiliki arti bahwa orientasi pasar dinilai secara signifikan memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM industri kerajinan kain endek di Kabupaten Klungkung. Hasil ini mengindikasikan bahwa hipotesis 4 didukung.

Hasil penelitian sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Matsuno *et al.* (2002) menemukan bahwa pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan manufaktur di U.S dimediasi oleh orientasi pasar. UKM yang berorientasi kewirausahaan memiliki keterampilan untuk menilai kebutuhan pelanggan, sehingga mungkin untuk menjadi yang pertama dalam menawarkan produk baru pada pasar dan pada akhirnya mampu meningkatkan kinerja perusahaan (Kumalaningrum, 2012). Nur *et al.*, (2014) menyatakan bahwa kemampuan orientasi kewirausahaan yang baik akan mampu meningkatkan orientasi pasar, dan dengan orientasi yang baik dalam organisasi akan mampu meningkatkan kinerja organisasi, karena variabel orientasi pasar memprioritaskan pada profit dan memberikan nilai bagi pelanggan dan *stakeholders* untuk memperbaiki kinerja.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan meliputi, ruang lingkup penelitian ini hanya dilakukan pada UKM industri kerajinan kain endek yang berada di Kabupaten Klungkung, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan untuk UKM endek di luar Kabupaten Klungkung, penelitian ini

hanya dilakukan pada satu kurun waktu tertentu saja (*Cross Section*), sedangkan lingkungan yang ada akan terus mengalami perubahan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut. Pertama, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap orientasi pasar. Hasil penelitian ini memiliki arti bahwa tingkat orientasi kewirausahaan yang tinggi akan mampu meningkatkan orientasi pasar pada UKM endek di Kabupaten Klungkung, demikian juga sebaliknya orientasi kewirausahaan yang rendah pada UKM endek maka orientasi pasar pada UKM endek di Kabupaten Klungkung juga akan menurun. Kedua, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Hasil penelitian ini memiliki arti bahwa meningkatnya budaya orientasi kewirausahaan pada UKM endek di Kabupaten Klungkung akan mampu meningkatkan kinerja UKM, demikian juga sebaliknya, menurunnya budaya orientasi kewirausahaan pada UKM endek di Kabupaten Klungkung akan menurunkan kinerja UKM.

Ketiga, orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Hasil penelitian ini memiliki arti bahwa semakin meningkatnya orientasi pasar pada usaha akan meningkatkan kinerja UKM endek di Kabupaten Klungkung, demikian juga sebaliknya, menurunnya budaya orientasi pasar pada UKM akan menurunkan kinerja UKM endek di Kabupaten Klungkung. Keempat, orientasi pasar mampu memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM endek di Kabupaten Klungkung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meningkatnya orientasi kewirausahaan baik itu kemauan untuk berinovasi,

menjadi lebih proaktif dari pesaing dan berani mengambil risiko mendorong UKM untuk meningkatkan orientasi pasar melalui pemahaman terhadap pelanggan yang lebih baik dari pesaing, penyebaran informasi yang baik dalam usaha dan menciptakan nilai pelanggan dan pada akhirnya akan mampu meningkatkan kinerja UKM.

UKM endek sebaiknya lebih memikirkan lagi langkah – langkah atau cara untuk menghadapi risiko yang mungkin dialami atau tindakan antisipasi ketika melakukan suatu perencanaan, lebih banyak lagi kain endek yang variatif sehingga memberikan pelanggan lebih banyak pilihan dari bermacam – macam kain endek, lebih memperhatikan kelemahan dan kekuatan dari pesaingnya, berdiskusi didalam perusahaan mengenai strategi pesaing sebagai salah satu pertimbangan dalam membuat suatu strategi, dan perlu untuk mengoptimalkan budaya orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar, karena produk yang inovatif, lebih proaktif terhadap pesaing dan berani mengambil risiko akan mendorong usaha untuk menciptakan produk yang sesuai dengan permintaan pasar serta bersaing dengan lebih baik di pasar yang akhirnya akan berdampak pada kinerja usaha yang lebih baik.

Pemilik atau pengelola UKM endek di Kabupaten Klungkung perlu untuk menaruh perhatian lebih dalam mengkoordinasi setiap fungsional dalam usaha, karena setiap fungsional usaha memiliki potensi untuk menciptakan nilai pelanggan, dengan koordinasi yang baik maka informasi yang disampaikan akan jelas sehingga setiap fungsional mampu memberikan pelayanan yang terintegrasi.

REFERENSI

- Affendy, A.H.2015. The Mediating Role of Marketing Orientation on The Relationship between Entrepreneur orientation and Business Performance. *Disertasi* dipublikasikan. Business Administration, Universitas Utara Malaysia.
- Affendy, A. H., Asmat Nizam., Abdul Talib., Farid M.S.2015. Entrepreneurial Orientation Effects on Market Orientation and SMEs Business Performance A SEM Approach. *Review of Integrative Business & Economics Research*, 4(3):259-271
- Afiah, Nunuy Nur.2009. Peran Kewirausahaan dalam Memperkuat UKM Indonesia Menghadapi Krisis Finansial Global. *Journal Accounting and Finance*, 22(1): 1-9.
- Ahimbisibwe, G. Joseph M., Ntayi M., & Goma M. 2013. Export Market Orientation, Innovation and Performance of Fruit Exporting Firm in Uganda. *European Scientific Journal*, 9(4):295-313
- Amirkhani, Amirhossein., Rasool Sanavi Fard. 2009. The Effect of Market Orientation on Business Performance of The Companies Designing and Manufacturing Clean Rooms. *American Journal of Applied Sciences*, 6(7):1373-1379.
- Andriyani.2005. Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada UKM Mebel di Jawa Tengah). *Tesis* dipublikasikan.Magister Manajemen, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Anggraini, Nia., Marnis. Samsir. 2014. Strategi Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Pembelajaran Pengaruhnya Terhadap Kinerja Usaha serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada jasa salon kecantikan dan SPA di Kota Pekanbaru). *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, 4(12):295-310
- AntaraBali.com.2015.PNS Bali Gunakan “Endek” Tiga Hari Kerja. <http://www.antarabali.com/berita/68996/pns-bali-gunakan-endek-tiga-hari-kerja>. (Diakses 12 Januari 2016)
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali, 2016. *Data Jumlah Pengrajin Endek di Kabupaten Klungkung 2015*. Denpasar: Dinas Perindustrian dan Perdagangan
- Dinas Usaha Kecil, Mikro dan Menengah, Koperasi. 2013. Jumlah UKM Tahun 2012 dan 2013. [www. Depkop.go.id](http://www.depkop.go.id). (Diunduh : 2 Desember 2015).

- Gray, B.J., Matear S., Matheson P.K. 2002. Improving Firm Performance. *Journal of Service Marketing*, 16(3): 186-200
- Hadiyati, Ernani. 2011. Kreatifitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(13): 8-16
- Keh, Hean Tat. Thi Tuyet Mai Nguyen. Hwei Ping Ng.2007. The Effects of Entrepreneurial Orientation and Marketing Information on The Performance of SMEs. *Journal of Business Venturing*, 22(1):592-611.
- Klungkungkab.go.id.2013. Perwakilan Delegasi APEC Kunjungi Klungkung. <http://www.klungkungkab.go.id/index.php/baca-berita/5787/Perwakilan-Delegasi-APEC-Kunjungi-Klungkung>. (Diunduh : 27 Januari 2016).
- Kohli, Ajay K., Bernard J. Jaworski. 1990. Market Orientation : The Construct, Research Proposition, and Managerial Implications. *Journal of Marketing*, 54(1):1-18.
- Kumalaningrum, Maria Pampa. 2011. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Profitabilitas UKM dengan Orientasi Pasar sebagai Variabel Pemediasi, *Jurnal Ekonomi*, 6(2):99-112.
- Kumalaningrum, Maria Pampa. 2012. Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, Innovation Succes, dan Profitabilitas Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 23(1):13-25
- Kumalaningrum, Maria Pampa. 2012. Lingkungan Bisnis, Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Kinerja Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 7(1):45-59
- Lestari. 2010. Pengaruh Orientasi Wirausaha Terhadap Kinerja UKM Eksportir Kerajinan Keramik di Plered, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat. *Skripsi* dipublikasikan. Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma
- Li, Yuan., Yongbin Zhao., Justin Tan., Yi Liu. 2008. Moderating Effects of Entrepreneurial Orientation on Market Orientation Performance Linkage: Evidence from Chinese Small Firms. *Journal of Small Business*, 46(1):113-133
- Lukiastuti, Fitri. 2012. Pengaruh Orientasi Wirausaha dan Kapabilitas Jejaring Usaha Terhadap Peningkatan Kinerja UKM dengan Komitmen Prilaku Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Sentra UKM Batik di Sragen, Jawa Tengah. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 8(2):155 – 175

- Lumpkin, G.T., G.G. Dess. 1996. Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance. *Academy of Management Review*, 21(1):135 – 172
- Ma, Yoon Joo., Min Jae Kim., Jun Seok Heo., Lee Joo Jang. 2012. The Effect Entrepreneurship and Market Orientation on Social Performance of Social Enterprise. *International Conference on Economic Marketing and Management*, 28(1):60-65
- Matsuno, Ken., John T. Mentzer., Aysegul Ozsomer. 2002. The Effect of Entrepreneurial Proclivity and Market Orientation on Business Performance. *Journal of Marketing*, 66(3):18-32
- Miller, D. 1983. The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. *Management Science*, 29(1):770-791
- Narver, Jhon C., & Stanley F. Slatter.1990. The Effect of Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, 54(4):20 – 35
- Nur, Nofal., Surachman., Ubud salim., Djumahir. 2014. Entrepreneurship Orientation, Market Orientation, Business Strategy, Management Capabilities On Business Performance; Study At Small And Medium Enterprise Printing In Kendari". *International Journal of Business and Management Invention*, 3(12):08-17.
- Parkman, Ian D., Holloway Samuel S., Sebastio Helder. 2012. Creative Industries: Aligning Entrepreneurial Orientation and Innovation Capacity. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 1(14):95-144
- Pelham, Alfred M., David T. Wilson.1996. A Longitudinal Study of The Impact of Market Structure, Firm Structure Strategy and Market Orientation Culture on Dimensions of Small-Firm Performance. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 24(1): 27-43
- Prakosa, Bagas. 2005. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris pada Industri Manufaktur di Semarang). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 2(1):35 – 57.
- Republika.com. 2013. Delegasi APEC Women forum berburu Endek di Klungkung.
<http://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/13/09/09/mstgmx-delegasi-apec-women-berburu-endek-di-klungkung>. (Diunduh:12 Januari 2016).
- Riana, I Gede. Djumilah Zain. Eka Afinan Troena. Made Sudarma.2011. Dampak Penerapan Budaya *Tri Hita Karana* Terhadap Orientasi Kewirausahaan dan

Orientasi Pasar serta Konsekuensinya Terhadap Kinerja Usaha (Studi pada Industri Kecil dan Menengah Kerajinan Perak di Bali. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 9(2): 601 – 610

Riduwan., Engkos Achmad Kuncoro. 2014. *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur Path (Path Analysis)*. Bandung. Alfabeta

Sari, Ni Nengah Permata. 2015. Peran Keunggulan Kompetitif Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Internasionalisasi UKM Mebel di Kabupaten Badung. *Skripsi* tidak dipublikasikan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana.

Shahbaz, Mian Awais., Asifah Javed., Aminar Dar., Tanzeela Sattar. 2014. Performance Measurement of Small Medium Enterprises (SMEs) in Pakistan. *Archives of Business Research*. 2(3):42-49.

Simamora, Henry. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan ke-3*. STIE YKPN: Yogyakarta.

Suryana. 2013. *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses Edisi 4*. Salemba Empat: Jakarta.

Suci, Rahyuda Puji. 2009. Peningkatan Kinerja melalui Strategi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis (Studi pada Industri Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 11(1):1-13.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Sumiati. 2015. Pengaruh Strategi Orientasi Wirausaha dan Orientasi Pasar Pengaruhnya Terhadap Kinerja Perusahaan UKM di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 1(1): 31 – 34.

Susanto, Perengki. 2012. Pengaruh Orientasi Pasar pada Kinerja Perusahaan Kecil. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 1(1): 45 – 60

Wang, C. L., Chen K. Y., & Chen S. C. 2012. Total Quality Management, Market Orientation and Hotel Performance: The Moderating Effect of External Environmental Factors. *International Journal of Hospitality Management*. 3(13). 119-129.

Zainol, Fakhrol Anwar., Selvamalar Ayadurai. 2010. Cultural Background and Firm Performances of Indigenous (“Bumiputera”) Malay Family Firms in Malaysia: The Role of Entrepreneurial Orientation as a Mediating Variabel. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*. 6(1):3-19.

Zhang, David D.,Edward Bruning.2011.Personal Characteristics and Strategic Orientation: Entrepreneurs in Canadia Manufacturing Companies.International. *Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 17(1):82 – 103.