

PENGARUH *MARKET ORIENTATION*, *ENTREPRENEURIAL ORIENTATION* DAN *TECHNOLOGY ORIENTATION* TERHADAP KINERJA USAHA

(Studi Pada Usaha Ikan Bilih Danau Singkarak)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang



OLEH:

INDAH PERMATA SARI
2019/19059227

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *MARKET ORIENTATION*, *ENTREPRENEURIAL ORIENTATION* DAN
TECHNOLOGY ORIENTATION TERHADAP KINERJA USAHA
(Studi Pada Usaha Ikan Bilih Danau Singkarak)**

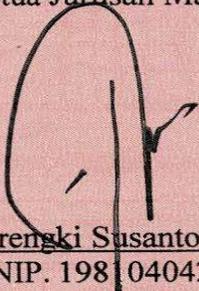
Nama : Indah Permata Sari
TM/NIM : 2019/19059227
Jurusan : Manajemen
Keahlian : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi

Padang, Juni 2022

Disetujui oleh :

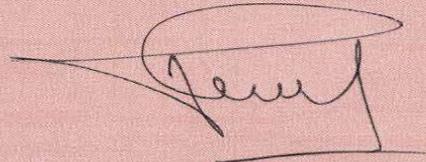
Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen



Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D
NIP. 198104042005011002

Pembimbing



Thamrin, S.Pd,MM.
NIP.197508162005011003

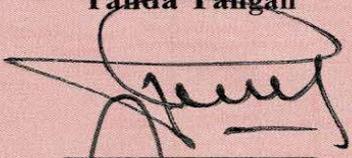
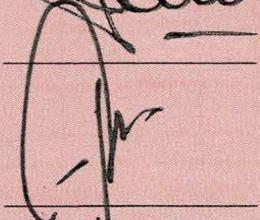
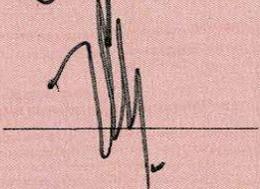
HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH MARKET ORIENTATION, ENTREPRENEURIAL
ORIENTATION DAN TECHNOLOGY ORIENTATION TERHADAP
KINERJA USAHA
(Studi Pada Usaha Ikan Bilih Danau Singkarak)**

*Dinyatakan LULUS Setelah di pertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang*

Nama : Indah Permata Sari
TM/NIM : 2019/19059227
Jurusan : Manajemen
Keahlian : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi

Padang, Juni 2022

No	Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1.	Pembimbing	Thamrin, S.Pd,MM.	
2.	Penguji 1	Perengki Susanto, SE, M.Sc,Ph.D	
3.	Penguji 2	Vidyarini Dwita, SE, MM, Ph.D	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Permata Sari
NIM : 19059227
Tempat/Tanggal Lahir : Padang Panjang/ 23 Februari 1997
Jurusan : Manajemen
Keahlian : Pemasaran
Alamat : Jorong Duo Koto, Nagari Guguak Malalo, Kec Batipuh Selatan, Kab. Tanah Datar
No. HP/Telp. : 0812-3546-1510
Judul : Pengaruh *Market Orientation*, *Entrepreneurial Orientation*, dan *Technology Orientation* Terhadap Kinerja Usaha (Studi pada Usaha Ikan Bilih Danau Singkarak)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis/skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (Sarjana) baik di Universitas Negeri Padang atau di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan cara menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini sah apabila telah ditanda tangani asli oleh pembimbing, tim penguji, dan ketua jurusan.

Padang, Juni 2022

Penulis



Indah Permata Sari

NIM. 19059227

ABSTRAK

Indah Permata Sari (2019/19059227) : **Pengaruh *Market Orientation*, *Entrepreneurial Orientation* dan *Technology Orientation* Terhadap Kinerja Usaha (Studi Pada Usaha Ikan Bilih Danau Singkarak)**
Dosen Pembimbing : **Thamrin, S. Pd, M.M**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *entrepreneurial orientation*, *market orientation* dan *technology orientation* terhadap kinerja usaha pada usaha Ikan Bilih Danau Singkarak. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik usaha Ikan Bilih Danau Singkarak. Jumlah sampel pada penelitian ini didapatkan dengan total sampling yaitu sebanyak 130 sampel. Teknik analisis yang digunakan menggunakan regresi berganda dengan menggunakan *software* SPSS Versi 25.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1). *Entrepreneurial orientation* berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha pada usaha Ikan Bilih Danau Singkarak. 2) *Market orientation* berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha pada usaha Ikan Bilih Danau Singkarak. 3) *Technology orientation* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha pada usaha Ikan Bilih Danau Singkarak.

Kata kunci: *kinerja usaha*, *entrepreneurial orientation*, *market orientation* dan *technology orientation*.

KATA PENGANTAR



Puji syukur dan Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: **“Pengaruh *Market Orientation, Entrepreneurial Orientation* dan *Technology Orientation* Terhadap Kinerja Usaha (Studi Pada Usaha Ikan Bilih Danau Singkarak)”**

Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Strata Satu pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan, dorongan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak. Untuk itu penulis meminta terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Idris M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Thamrin, S.Pd, MM selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Perengki Susanto SE, M.Sc, Ph.D dan Ibu Vidyarini Dwita, SE., MM., Ph.D selaku dosen penguji yang telah memberikan saran, masukan dan kritikan untuk membuat skripsi ini menjadi lebih baik.
4. Ibu Yuki Firtria, SE, MM. Selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Negeri Padang.

5. Bapak Supan Weri Munandar, A.Md selaku tata usaha Jurusan Manajemen yang telah membantu dalam kelancaran proses administrasi.
6. Bapak dan Ibu Staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan ilmu dalam penulisan skripsi ini, serta kepada karyawan dan karyawan yang telah membantu dibidang administrasi.
7. Bapak dan Ibu Staf perpustakaan pusat dan ruang baca Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan penulis kemudahan dalam mendapatkan bahan bacaan.
8. Teristimewa penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua tercinta serta keluarga besar yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungan moril dan material serta kasih sayang yang tak terhingga dan tak ternilai harganya.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan menjadi kebaikan dan diridhoi oleh Allah SWT. Penulis menyadari sepenuhnya hasil penelitian ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari kesempurnaan baik dari sistematika penulisan maupun pilihan kata yang digunakan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik yang membangun demi kesempurnaan penelitian penulis yang lain dimasa yang akan datang.

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Atas perhatian dari semua pihak penulis mengucapkan terimakasih.

Padang, Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	I
KATA PENGANTAR	II
DAFTAR ISI	IV
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	11
1. Manfaat Teoritis	11
2. Manfaat Praktis	11
a. Bagi Peneliti	11
b. Bagi Pembaca dan Bagi Peneliti Selanjutnya	12
c. Bagi Usaha	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Kajian Teori	13
1. Kinerja Usaha	13
2. Orientasi Kewirausahaan (<i>entrepreneurial orientation</i>)	15
3. Orientasi Pasar (<i>Market Orientation</i>)	18
4. <i>Technology Orientation</i>	22
B. Penelitian Relevan	24
C. Kerangka Teoritis	26
D. Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Desain Penelitian	26
B. Tempat dan Waktu Penelitian	26
C. Populasi dan Sampel	27

1. Populasi	27
2. Sampel	27
D. Jenis dan Sumber Data	27
F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	29
G. Instrumen Penelitian	31
H. Metode Analisis Data	32
1) Analisis Deskriptif	32
2) Analisis Induktif	34
BAB IV HASIL DAN PENELITIAN	39
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	39
B. Deskripsi Responden	40
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	42
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	42
e. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Usaha	43
C. Analisis Deskriptif	44
D. Analisis Induktif	48
1. Pengujian Asumsi Klasik	48
2. Uji Hipotesis	52
E. Pembahasan	58
BAB V PENUTUP	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Konseptual

26

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Perkembangan UMKM di Indonesia 2015-2019	1
Tabel 1.2 Usaha Ikan Bilih Danau Singkarak dari tahun 2017-2020	4
Tabel 1.3 Data Penjualan Ikan Bilih	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Variabel dan Dimensi Penelitian	30
Tabel 3.2 Daftar Skor Setiap Pertanyaan	32
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	42
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	43
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Usaha	43
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Kinerja Usaha	44
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Entrepreneurial Orientation	45
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Market Orientation	47
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Technology Orientation	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikoloniaritas	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	54

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pandemi Covid-19 berdampak signifikan terhadap kelangsungan hidup usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) Indonesia. Krisis ekonomi yang dihadapi oleh usaha mikro dan menengah (UMKM) juga menjadi ancaman utama bagi perekonomian nasional, karena UMKM telah menjadi penggerak perekonomian dalam negeri dan pemberi kerja terbesar dalam beberapa dekade terakhir. Hal ini dapat dilihat pada laporan Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia. UMKM secara keseluruhan mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik seiring berganti tahun. Misalnya pada tahun 2015, total jumlah unit UMKM sebanyak 56,539,560. Lalu dalam pemberitaan terakhir, jumlah tersebut sudah mencapai angka 65.471.134 pada tahun 2019.

Berdasarkan situs (<http://www.kemenkopukm.go.id>), berikut data perkembangan UMKM di Indonesia berdasarkan jumlah unit dari tahun 2015 sampai 2019.

Tabel 1.1. Data Perkembangan UMKM di Indonesia 2015-2019

Tahun	Jumlah Unit Usaha	Perkembangan	(%)
2015	59.267.759	-	-
2016	61.656.547	2.388.788	4,03
2017	62.928.077	1.271.530	2,06
2018	64.199.606	1.271.529	2,02
2019	65.471.134	1.271.528	1,98

Sumber: kemenkopukm.go.id (2020)

Secara persentase jumlah UMKM di Indonesia mencapai 99,9% dari total unit usaha di Indonesia. Dengan data ini, dapat disimpulkan jika UMKM memiliki peran besar dalam menyumbang pertumbuhan ekonomi Tanah Air. Perkembangan ini di dorong oleh beberapa faktor seperti salah satunya pemanfaatan sarana teknologi, informasi dan komunikasi yang digunakan untuk melebarkan pasar usahanya. UMKM juga cukup fleksibel dan dapat dengan mudah beradaptasi dengan pasang surut dan arah permintaan pasar. Dengan memperhatikan keadaan tersebut, pasar harus dikelola dengan upaya-upaya yang sistematis untuk menempatkan keuntungan dari kinerja pasar yang baik (Halim, 2011).

Namun, kontribusi agregat UMKM yang kuat belum tercermin dalam keberhasilan UMKM Indonesia di pasar domestik dan luar negeri yang kompetitif. Hal ini disebabkan oleh perbedaan permasalahan yang dihadapi UMKM di Indonesia. Disebutkan bahwa, sebagaimana dilaporkan oleh Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) pada tahun 2012: (1) Jaringan yang masih terbatas, menghambat akses ke pengetahuan, pasar dan umpan balik dibandingkan dengan UMKM di negara lain. (2) Keterkaitan masih terbatas, karena pasar nasional dan regional belum dapat dimanfaatkan. (3) Dalam melakukan inovasi produk, keterampilan kewirausahaan (*entrepreneurship*) UMKM masih kurang. (4) Dalam menangani masalah organisasi dan manajemen bisnis, tingkat kompetensi masih kurang memadai sehingga belum dapat menjalankan operasional bisnis secara efisien, efektif dan fleksibel.

Efek pandemi Covid-19 juga telah menghambat pertumbuhan hasil UMKM saat ini, selain kelemahan tersebut. Survei Kajian Cepat Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap *Output* UMKM Indonesia dilakukan oleh Pusat Riset Ekonomi LIPI. Dimana tujuan dari survei ini adalah untuk mendiagnosis pengaruh pandemi terhadap kelangsungan hidup UMKM dan mengidentifikasi strategi keberhasilan UMKM. Mulai 1 hingga 20 Mei 2020, *Rapid Assessment Survey of the Effects of Covid19 Pandemic* pada *output* UMKM Indonesia dilakukan secara online dan melibatkan 679 responden yang kredibel sebagai pelaku usaha dengan mata pencaharian utama mereka (<http://www.lipi.go.id/>). Karena biaya produksi yang tetap, pandemi Covid-19 menyebabkan pendapatan perusahaan turun drastic atau bahkan naik sementara pendapatan menurun. Bahan mentah, penyimpanan, staf, dan biaya lainnya adalah biaya bisnis yang meningkat selama pandemi.

Salah satu provinsi dengan jumlah UMKM terbanyak di Indonesia adalah Sumatera Barat. Sumatera Barat memiliki banyak usaha kecil yang dapat menumbuhkan perekonomian, salah satu aset dari Sumatera Barat adalah Danau Singkarak. Perairan danau mempunyai potensi perikanan yang cukup tinggi. Perikanan danau mempunyai keanekaragaman jenis ikan yang relatif lebih sedikit. dibandingkan dengan perairan laut. Pada Danau Singkarak terdapat beberapa hewan endemik salah satunya yaitu ikan bilih.

Ikan bilih ini merupakan salah satu potensi lokal yang dimiliki oleh daerah Sumatera Barat. Ikan bilih merupakan salah satu mata pencarian bagi masyarakat yang tinggal disekitar danau. Hal tersebut dikarenakan ikan bilih

memiliki harga jual yang sangat tinggi yaitu berkisar Rp.50.000 - Rp.70.000 per liternya untuk ikan bilih yang belum digoreng dan untuk ikan bilih yang akan dikonsumsi mencapai Rp.200.000 per kilonya. Berikut data jumlah pemilik usaha ikan bilih danau Singkarak Kabupaten Tanah Datar yang diperoleh dari Kantor Wali Nagari Guguak Malalo:

Tabel 1.2
Usaha Ikan Bilih Danau Singkarak dari tahun 2017-2020

Tahun	Jumlah
2017	18
2018	26
2019	32
2020	45

Sumber: Sekretariat Nagari

Dari data diatas, dapat dilihat pertumbuhan usaha dari tahun ke tahun semakin meningkat, namun tidak terlalu signifikan. Hal ini disebabkan karena semakin berkurangnya ikan bilih yang ada di danau Singkarak, jadi pedagang atau pemilik usaha olahan ikan bilih juga kekurangan bahan pokok untuk di olah, dan juga menyebabkan terhambatnya penambahan usaha baru dari masyarakat lain. Meski demikian keberadaan usaha ikan bilih tetap harus di pertahankan mengingat ikan bilih adalah ikan endemik yang hanya ada di danau Singkarak dan merupakan oleh-oleh khas Sumatera Barat khususnya Singkarak.

Tabel 1.3
Data Penjualan Ikan Bilih November, Desember 2020 dan Januari-Mei 2021

Jenis	Penjualan (Kg)						
	November	Desember	Januari	Februari	Maret	April	Mei
Ikan Bilih Mentah	370	440	365	360	400	387	430
Ikan Bilih Goreng	698	746	727	706	678	630	738
Ikan Bilih Rebus	298	334	259	248	232	240	265
Ikan Bilih Kering	303	369	323	263	208	221	239
Rendang Ikan Bilih	165	172	185	152	145	137	130
Ikan Bilih Krispy	246	260	258	247	241	235	240
Serundeng Ikan Bilih	39	48	40	33	31	37	45

Sumber: Survey Lapangan

Dari data diatas dapat dilihat penjualan yang terjadi pada 10 sampel usaha ikan bilih. Data tersebut diperoleh dari hasil wawancara peneliti dengan pemilik usaha, total penjualan antara bulan November hingga bulan Mei 2021 mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Terutama untuk jenis olahan serundeng ikan bilih, jumlah penjualannya berbeda dengan ikan bilih goreng, krispy dan kering. Dapat kita lihat pada tabel, dari bulan November-Mei penjualan tertinggi terjadi pada bulan Desember dikarenakan bertepatan dengan libur sekolah, Natal dan hari lebaran ikan bilih goreng terjual 746 kg, ikan bilih mentah 440 kg dan ikan bilih kering 369 kg, ikan bilih rebus 334 kg, ikan bilih krispy 260 kgrendang ikan bilih 172 kg dan serundeng ikan bilih 48 kg, namun untuk penjualan bulan berikutnya kembali mengalami penurunan.

Dalam pandemi ini, keberhasilan UMKM menjadi penting untuk dibahas karena mencakup kelangsungan hidup perusahaannya di masa depan. Para pelaku usaha yang selama ini bekerja dinilai tidak dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi pengelola maupun individu lain yang terlibat di dalamnya tanpa keberhasilan usaha. Kinerja usaha yang baik tercermin pada tiga kuantitas utama yaitu volume penjualan, pertumbuhan penjualan dan pangsa pasar, menurut (Ferdinand 2014) yang pada akhirnya memberikan kontribusi terhadap pendapatan perusahaan.

Dalam masa pandemic ini, tidak heran jika banyak usaha olahan ikan bilih yang terpaksa rugi karena tidak bisa melakukan strategi usaha dengan baik pada menghadapi pandemi Covid-19. Untuk mewujudkan kinerja UMKM terdapat dua hal penting yang harus dilakukan oleh pemilik usaha dalam

mengahapi masa pandemi ini, yaitu orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) yang merupakan peninjauan untuk menentukan strategi perusahaan dalam melakukan usaha dan orientasi pasar (*market orientation*) agar dapat bertahan dari persaingan global dengan menciptakan usaha ikan bilih yang yang unggul.

Entrepreneurial orientation merupakan salah satu variabel yang sangat mempengaruhi organisasi untuk mencapai kesuksesan bisnis, karena keberhasilan suatu perusahaan dipengaruhi oleh tingkat kepemimpinan dari kemampuan perusahaan dalam menetapkan sumber daya manusia yang ada untuk membangun inovasi dan berinovasi dengan memanfaatkan teknologi terkini. *Entrepreneurial orientation* didefinisikan sebagai kesediaan organisasi untuk menemukan dan menerima peluang baru dan perubahan selanjutnya menerapkannya sebagai hasilnya. Konsep *entrepreneurial orientation* menunjukkan bahwa perusahaan harus mempunyai kewirausahaan untuk mencapai kinerja yang unggul (Mirzaei, *et al*, 2016).

Apabila usaha mampu menjalankan *entrepreneurial orientation* dengan baik maka perusahaan akan meningkatkan daya saingnya. Menurut Mattajang *et al.*, (2016) menjelaskan bahwa *entrepreneurial orientation* dipandang sebagai pendorong pengembangan bisnis. Sejalan dengan pernyataan ini Eggers *et al.*, (2013) menjelaskan bahwa *entrepreneurial orientation* berpengaruh terhadap kinerja bisnis dan menemukan bahwa *entrepreneurial orientation* adalah terkait dengan kesuksesan bisnis, terutama dalam jangka panjang.

Selain *entrepreneurial orientation*, penting juga untuk menerapkan orientasi pasar terhadap keberhasilan usaha kecil dan menengah pada saat pandemi Covid19, dimana *market orientation* ini juga penting bagi pelaku usaha, seiring dengan meningkatnya persaingan dan perubahan global. dalam kebutuhan konsumen, yang harus dipahami oleh perusahaan bahwa mereka harus selalu dekat dengan pasar.

Market orientation merupakan strategi yang terdiri dari orientasi pelanggan dan orientasi pesaing. *Market orientation* jika digunakan dengan tepat dapat membantu usaha untuk mencapai kinerja organisasi yang unggul dan memiliki keunggulan kompetitif (Jassmy & Bhaya, 2016). *Market orientation* adalah fokus pada kebutuhan konsumen, hal ini berarti bahwa perusahaan memberikan dan terus meningkatkan kualitas nilai yang dirasakan dan kepuasan dengan maksud untuk mencapai kinerja bisnis yang unggul. Beberapa penelitian menyarankan bahwa kunci keberhasilan dalam bisnis terletak pada pemahaman dan penyediaan apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan (konsep pemasaran). *Market orientation* dianggap sebagai konsep pemasaran serta strategi manajemen (Ebarefimia, 2017).

Saat ini lingkungan kompetitif dan ekonomi terus berubah, yang sepenuhnya mengalihkan perhatian perusahaan dan memaksanya untuk mempertahankan sumber daya fisik dan tidak berwujud untuk meningkatkan kinerjanya dan membangun keunggulan kompetitif (Mata & Aliyu, 2014). *Market orientation* adalah alat organisasi utama yang digunakan untuk meningkatkan kinerja usaha dan meningkatkan keunggulan kompetitif. Demikian pula, dengan

mempertimbangkan kebutuhan pelanggan sebagai filosofi organisasi yang paling penting.

Market orientation dianggap sebagai katalis untuk meningkatkan kinerja bisnis yang efektif. Oleh karena itu, penting untuk menyarankan bahwa *market orientation* merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan dalam mendapatkan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja usaha. Alizadeh *et al.*, (2013) menemukan hubungan yang positif dan signifikan antara orientasi pasar dan kinerja organisasi usaha kecil yang merupakan indikasi bahwa orientasi pasar berkontribusi positif terhadap seberapa baik kinerja bisnis.

Faktor lain yang juga memberikan pengaruh terhadap kinerja usaha adalah *technology orientation* (Masa'deh *et al.*, 2018). Zhou dan Li, (2010) menjelaskan bahwa perusahaan yang berorientasi pada perkembangan teknologi akan memiliki kemampuan yang lebih baik dalam meningkatkan kinerja usaha serta keuntungan. Orientasi teknologi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan suatu usaha, dimana dengan menggunakan teknologi yang canggih, perusahaan dapat menciptakan produknya menjadi lebih baik atau lebih inovatif sehingga kinerja usaha juga akan semakin meningkat.

Teknologi yang paling sering digunakan oleh pembeli adalah teknologi informasi internet. Perkembangan ini ditegaskan oleh Law & Bai (2010) yang menyatakan bahwa dengan internet pembeli akan dimudahkan untuk mengakses informasi tentang produk tanpa terhalang jarak dan waktu. Internet adalah media yang ideal untuk promosi suatu usaha karena saat ini produk dari suatu usaha

sangat bergantung pada kelancaran informasi dan promosi yang diberikan kepada konsumen.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan pada usaha ikan bilih danau singkarak kenagarian guguk malalo, masih sangat sedikit pemilik usaha yang memanfaatkan perkembangan teknologi. Hal ini dikarenakan sebagian pemilik usaha belum terlalu mengenal dan memahami perkembangan teknologi. Hal ini dapat dilihat dari tidak adanya promosi yang dilakukan melalui media sosial. Padahal saat ini promosi yang dilakukan melalui media sosial sangat berdampak pada penjualan dan kinerja usaha.

Berdasarkan dari penjabaran dan latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *market orientation*, *entrepreneurial orientation* dan *technology orientation* terhadap kinerja usaha (Studi pada usaha ikan Bilih Danau Singkarak Kenagarian Guguk Malalo)”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan di latar belakang, maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Kontribusi UMKM belum mencerminkan kinerja terbaik UMKM dalam persaingan pasar
2. Kemampuan kewirausahaan (*entrepreneurship*) pelaku usaha ikan bilih masih rendah
3. Masih banyaknya usaha ikan bilih yang tidak bertahan dalam persaingan pasar sehingga usaha tidak berkembang.

4. Rendahnya pemanfaatan perkembangan teknologi dalam menjalankan usaha pada usaha ikan bilih Danau Singkarak Kenagarian Guguak Malalo.
5. Kurangnya memahami cara untuk memenangkan berbagai sumber daya yang dimiliki.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, perlu dibatasi cakupan permasalahan yang lebih sempit, karena adanya keterbatasan waktu, dana dan tenaga maka tidak semua masalah yang diidentifikasi diteliti. Permasalahan dalam penelitian ini difokuskan pada:

1. Objek penelitiannya adalah pelaku usaha ikan Bilih Danau Singkarak Kenagarian Guguak Malalo
2. Orientasi pasar (*market orientation*), orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) dan *technology orientation* sebagai variabel eksogen, Kinerja usaha sebagai variabel endogen.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *entrepreneurial orientation* secara parsial terhadap kinerja usaha pada usaha ikan bilih di kenagarian Guguak Malalo?
2. Bagaimana pengaruh *market orientation* secara parsial terhadap kinerja usaha pada usaha ikan bilih di kenagarian Guguak Malalo?
3. Bagaimana pengaruh *technology orientation* secara parsial terhadap kinerja usaha pada usaha ikan bilih di kenagarian Guguak Malalo?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *entrepreneurial orientation* terhadap kinerja usaha pada usaha ikan bilih di kenagarian Guguak Malalo.
2. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *market orientation* terhadap kinerja usaha pada usaha ikan bilih di kenagarian Guguak Malalo.
3. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *technology orientation* terhadap kinerja usaha pada usaha ikan bilih di kenagarian Guguak Malalo.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diperoleh pada penelitian ini terbagi menjadi dua bagian, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mempertajam konsep *entrepreneurial orientation*, *market orientation* dan *technology orientation* dalam meningkatkan kinerja usaha.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Skripsi ini merupakan salah satu bukti bahwa peneliti telah mampu mengaplikasikan ilmu-ilmu ke dalam praktek dalam bentuk teori-teori yang dipelajari penulis selama skripsi. Penelitian ini juga menawarkan kesempatan untuk mengeksplorasi keahlian tambahan di bidang masalah manajemen pemasaran, khususnya *entrepreneurial*

orientation, market orientation dan *technology orientation* menuju kesuksesan usaha selama pandemi Covid 19.

b. Bagi Pembaca dan Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan dan menambah wawasan bagi pembaca sehingga dapat bermanfaat sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya. Serta dalam rangka menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja usaha, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pengetahuan dan bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.

c. Bagi Usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada Pemilik usaha ikan bilih Danau Singkarak Kenagarian Guguak Malalo untuk meningkatkan kinerja usaha dengan memperhatikan *entrepreneurial orientation, market orientation* serta *technology orientation*.