

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAN, ORIENTASI PASAR,  
DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KINERJA BISNIS UKM  
DI KOTA PADANG**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
pada Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Negeri Padang*



**Oleh:**

**DINI ABSHAR**  
**18059075**

**DEPARTEMEN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2023**

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan *Digital Marketing* terhadap Kinerja Bisnis UKM di Kota Padang.”**

Merupakan hasil karya saya sendiri, dan tidak terdapat sebagian atau keseluruhan dari tulisan yang memuat ide, gagasan, kalimat, atau pendapat yang berasal dari sumber lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Adapun bagian-bagian yang bersumber dari karya orang lain dalam skripsi ini telah dicantumkan sumbernya sesuai dengan etika, norma, dan kaidah penulisan ilmiah. Apabila pada kemudian hari ditemukan plagiat dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Padang, Agustus 2023



Dini Abshar  
NIM. 1805975

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

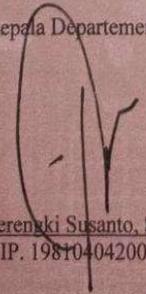
**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAN, ORIENTASI PASAR  
DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KINERJA BISNIS UKM  
DI KOTA PADANG**

Nama : Dini Abshar  
NIM/BP : 18059075/2018  
Jenjang Program : Strata (S1)  
Keahlian : Manajemen Pemasaran  
Departemen : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

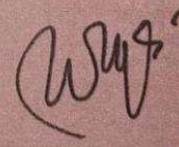
Padang, Agustus 2023

Disetujui Oleh:

Mengetahui  
Kepala Departemen Manajemen

  
Perengki Susanto, S.E., M.Sc., Ph.D  
NIP. 198104042005011002

Pembimbing

  
Whyosi Septrizola, S.E. MM.  
NIP. 19790905 200312 2 001

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAN, ORIENTASI PASAR  
DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KINERJA BISNIS UKM  
DI KOTA PADANG**

Nama : Dini Abshar  
NIM/BP : 18059075/2018  
Jenjang Program : Strata (S1)  
Keahlian : Manajemen Pemasaran  
Departemen : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

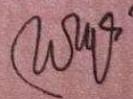
**Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di depan Penguji  
Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Negeri Padang**

Padang, Agustus 2023

Tim Penguji

Tanda Tangan

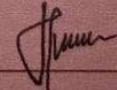
1. Whyosi Septrizola, SE, MM

1. 

2. Husnil Khatimah S.E., BBA.HONS, Ph.D

2. 

3. Firman, SE, M.Sc

3. 

## ABSTRAK

**Dini Abshar** : **Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi**  
**(2018/18059075)** **Pasar dan *Digital Marketing* terhadap Kinerja**  
**Bisnis UKM di Kota Padang.**

**Dosen Pembimbing** : **Whyosi Septrizola, SE, MM.**

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis UKM di Kota Padang, 2) Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja bisnis UKM di Kota Padang, dan 3) Untuk mengetahui pengaruh digital marketing terhadap kinerja bisnis UKM di Kota Padang.

penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner terstruktur, di mana responden nantinya akan diminta untuk memberikan tanggapannya terhadap orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar untuk meningkatkan kinerja bisnis yang sedang dijalaninya. Kemudian data diolah dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan software SPSS versi 26. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UKM di Kota Padang. Sedangkan jumlah sampel dalam penelitian ini 100 orang pelaku UKM Kota Padang.

Hasil penelitian ini adalah: (1) Orientasi kewirausahaan memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UKM di Kota Padang, (2) Orientasi pasar memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UKM di Kota Padang, dan (3) *Digital marketing* memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UKM di Kota Padang.

**Kata kunci:** **Kinerja Bisnis, Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan *Digital Marketing*.**

## **ABSTRAK**

The objectives of this study are: 1) To determine the influence of entrepreneurial orientation on SME business performance in Padang City, 2) To determine the influence of market orientation on SME business performance in Padang City, and 3) To determine the influence of digital marketing on SME business performance in Padang City.

This research is by using a structured questionnaire, where respondents will later be asked to give their responses to entrepreneurial orientation and market orientation to improve business performance that is being undertaken. Then the data was processed using multiple regression analysis using SPSS software version 26. The population in this study is all SMEs in Padang City. While the number of samples in this study was 100 SMEs in Padang City.

The results of this study are: (1) Entrepreneurial orientation has a significant influence on SME business performance in Padang City, (2) Market orientation has a significant influence on SME business performance in Padang City, and (3) Digital marketing has a significant influence on SME business performance in Padang City.

**Keywords: Business Performance, Entrepreneurial Orientation, Market Orientation, and Digital Marketing.**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian dengan judul: **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan *Digital Marketing* terhadap Kinerja Bisnis UKM di Kota Padang.”** Shalawat dan salam senantiasa dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai pucuk pimpinan semesta alam.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis tidak lepas dari hambatan dan rintangan. Dengan demikian, atas bimbingan, bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Whyosi Septrizola, SE, MM, selaku pembimbing yang penuh perhatian dan kesabaran dalam membimbing dan memberikan masukan terhadap penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Husnil Khatimah, Ph.D, dan Bapak Firman, SE, M.Sc, selaku Dosen Penguji yang selalu memberikan saran dan kritikan agar skripsi ini menjadi lebih baik.
3. Bapak Prof. Dr. Idris, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Perengki Susanto, SE., M.Sc., Ph.D dan Ibu Yuki Fitria, SE, MM., selaku Kepala dan Sekretaris Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
5. Ibu Awisal Fasyni, S.P., M.M, selaku dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan masukan dan motivasi.
6. Bapak Supan Weri Mandar, S.Pd, selaku Staf Administrasi Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

7. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
8. Bapak dan Ibu Staf Perpustakaan Pusat Universitas Negeri Padang dan Ruang Baca Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
9. Teristimewa sekali kepada orang tua tercinta Ibu Sismayenti, S.Pd dan Ayah Jumadi, S.Pd., yang telah memberikan perhatian dan dukungan moril, do'a, materil, dan kasih sayang.
10. Kepada rekan-rekan seperjuangan yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.

Dengan segala keterbatasan yang ada, penulis tetap berusaha untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Semoga segala bantuan dan dukungan dari segala pihak dinilai ibadah di sisi Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua Amin.

Padang, Juli 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	9
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	<b>11</b>
A. Kajian Teori	11
B. Penelitian Relevan	25
C. Kerangka Konseptual	27
D. Hipotesis	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	<b>29</b>
A. Jenis Penelitian	29
B. Tempat dan Waktu Penelitian	29
C. Populasi dan Sampel	29
D. Jenis dan Sumber Data	32
E. Teknik Pengumpulan Data	33
F. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	33
G. Instrumen Penelitian	36
H. Metode Analisis Data	36

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	<b>42</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	42
B. Karakteristik Usaha Kecil Menengah (UKM)	43
C. Hasil Analisis Deskriptif	44
D. Analisis Induktif	56
E. Pembahasan	66
<b>BAB V PENUTUP</b>	<b>73</b>
A. Simpulan	73
B. Saran	74
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>80</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	
1.1. Jumlah UKM di Kota Padang	3
1.2. Perkembangan UKM Kota Padang	4
2.1. Penelitian Relevan	25
3.1. Populasi UKM di Kota Padang	30
3.2. Penskoran Jawaban Setiap Pertanyaan	36
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	45
4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Industri	46
4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Posisi	47
4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	47
4.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Perusahaan	48
4.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	48
4.9. Distribusi Frekuensi Variabel Orientasi Kewirausahaan	49
4.10. Distribusi Frekuensi Variabel Orientasi Pasar	51
4.11. Distribusi Frekuensi Variabel Digital Marketing	53
4.12. Distribusi Frekuensi Variabel Kinerja Bisnis	54
4.13. Hasil Uji Normalitas	57
4.14. Hasil pengujian Multikolinearitas	58
4.15. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	59
4.16. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	60
4.17. Hasil Uji Parsial	63
4.18. Hasil Uji Simultan	65
4.19. Hasil Uji Koefisien Determinasi	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar

1.1 Kerangka Konseptual

28

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era industri disruption ini, masyarakat Indonesia sudah sangat pesat menggunakan dan memanfaatkan teknologi digital. Hal ini tentu saja menjadi tantangan terbesar bagi para pelaku UKM. Widjadja, Alamsyah, Rohaeni, dan Sukanjie (2018) menyatakan bahwa “Salah satu hal yang paling penting dalam memajukan perekonomian yang ada di Indonesia adalah adanya Usaha Kecil dan Menengah atau biasa disingkat dengan UKM.” Sebagaimana yang diketahui bahwa UKM memegang suatu peranan yang sangat penting di dunia perekonomian

Menurut Laura (2020), berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, “Pada tahun 2018, terdapat 64.194.057 UKM yang ada di Indonesia dan pada saat itu mampu mempekerjakan sebanyak 116.978.631 tenaga kerja.” Selanjutnya Indonesia sangat didominasi oleh UKM yang menjadi tulang punggung pada perekonomian nasional. Kemudian Widjadja, dkk (2018) menyatakan bahwa “Usaha Kecil dan Menengah (UKM) telah memberikan kontribusi yang besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan di negara Indonesia.”

Selain menjadi tulang punggung bagi negara Indonesia, UKM juga menjadi tulang punggung bagi ASEAN. Hal ini terlihat dari adanya sekitar 88,8-99,9% bentuk usaha yang ada di ASEAN adalah berbentuk UKM dengan menggunakan tenaga kerja mencapai 51,7-97,2%. Dalam data tersebut, UKM

memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan para pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit.

Meskipun UKM mampu memberikan suatu kontribusi yang besar terhadap pembangunan nasional. Akan tetapi ada beberapa hal yang menjadi masalah dan kendala bagi UKM. Adapun berbagai permasalahan dan kendala yang dihadapi oleh UKM, menurut Asosiasi Pengusaha Indonesia (2012) dalam Lantu, Triady, Utami, dan Alghazali (2016) adalah “Kemampuan kewirausahaan yang tergolong masih rendah, keahlian dalam menghadapi persaingan yang rendah, adanya keterbatasan jaringan dalam mengakses berbagai informasi, keterbatasan pada akses keuangan, sehingga nantinya akan menghambat kinerja dari UKM.” Selanjutnya Kusmulyono, Fiorentina, Hartanta, Katerina, Wilianggi, Listiyani, dan Sirad (2020) menyatakan bahwa “Adanya jumlah unit UKM yang relatif sangat banyak, tentunya akan membuka peluang permasalahan yang lebih banyak dan bervariasi, mulai dari permasalahan pada permodalan, permasalahan pada pemasaran usaha, kurangnya inovasi pada produk, dan adanya kesulitan dalam mencari tenaga kerja.”

Hal ini tentu saja akan memberikan dampak yang cukup besar terhadap kinerja UKM ke depannya. Jika para pelaku UKM tidak bisa mengatasi permasalahan ini, maka kinerja bisnis UKM akan mengalami penurunan. Sebagaimana yang diketahui bahwa kinerja bisnis sangatlah penting bagi para pelaku bisnis termasuk UKM. Kinerja bisnis merupakan suatu hal atau suatu bentuk usaha untuk mengukur bagaimana pertumbuhan penjualan dan juga

bagaimana tingkat keuntungan yang bias diperoleh oleh perusahaan tersebut. Jika kinerja bisnis UKM terus menerus mengalami penurunan, maka akan memberikan dampak kepada banyak hal, mulai dari pelaku UKM sendiri, tenaga kerja, dan lain sebagainya.

Keberadaan UKM memegang peranan yang sangat penting dan mampu menggerakkan roda perekonomian di Provinsi Sumatera Barat, salah satunya adalah Kota Padang. Menurut Dinas Koperasi dan UKM Kota Padang (2019), “Kota Padang merupakan salah satu daerah yang mengalami pertumbuhan UKM yang cukup tinggi dan terkenal dengan kuliner tradisionalnya, dengan pertumbuhan aset mencapai hingga 300 juta per tahun.” Selanjutnya menurut Del Rosa dan Idwar (2021), “Pada data ini ditemukan bahwa UKM IMR di Kota Padang tersebar pada 11 Kecamatan dan paling banyak terdapat di Kecamatan Padang Barat sebanyak 371 buah dan yang paling sedikit terdapat di Kecamatan Lubuk Begalung sebanyak 100 buah.” Berikut ini adalah data terkait dengan jumlah UKM:

**Tabel 1.1. Jumlah UKM**

Usaha	Tahun 2018		Tahun 2019	
	Jumlah	%	Jumlah	%
Usaha Kecil	783.132	1,22	798.679	1,22
Usaha Menengah	60.702	0,09	65.465	0,10

Sumber: [www.badanpusatstatistik](http://www.badanpusatstatistik), diakses pada tanggal 15 April 2021.

Selanjutnya untuk UKM di Kota Padang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.2. Perkembangan UKM Kota Padang Tahun 2021**

No	Kecamatan	Jumlah Pelaku Usaha
1.	Padang Utara	2.428
2.	Padang Barat	1.892
3.	Padang Timur	2.069
4.	Padang Selatan	2.837
5.	Nanggalo	1.979
6.	Kuranji	1.467
7.	Pauh	2.639
8.	Lubuk Begalung	5.345
9.	Lubuk Kilangan	1.219
10.	Kota tengah	4.380
11.	Bungus	1.747
<b>Total</b>		<b>30.702</b>

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM di Kota Padang, Tahun 2022.

Berdasarkan Tabel 1.2 tersebut, dapat maka diketahui bahwa terdapat 30.702 jumlah para pelaku UKM di Kota Padang pada tahun 2021. Hal ini membuktikan bahwa bisnis UKM di Kota Padang merupakan bisnis yang menjanjikan. Di sisi lain, semakin banyak pelaku UKM di Kota Padang (2022), maka akan semakin tinggi pula tingkat persaingan antara para pelaku UKM di Kota Padang. Jika para pelaku UKM di Kota Padang tidak mampu bertahan, maka kinerja bisnisnya akan terancam dan akan berdampak kepada usaha yang dijalaninya.

Menurut Kepala Dinas Koperasi UKM Kota Padang, “Permasalahan yang sedang dialami oleh para pelaku UMKM di Kota Padang adalah penurunan omset terutama pada bidang kuliner.” Hal ini dikarenakan pandemi Covid-19. Melihat banyaknya para pelaku UKM di Kota Padang, maka hal ini memberikan hal yang baik juga untuk membantu perekonomian ke depannya. Akan tetapi, pada hasil observasi yang sudah penulis lakukan, banyak para

pelaku UKM di Kota Padang yang mengalami penurunan omset atau mengalami penurunan kinerja sejak adanya pandemi Covid-19 dan juga persaingan yang ketat. Bahkan beberapa pelaku UKM pada akhirnya memilih untuk tidak melanjutkan usahanya karena sudah mengalami kerugian.

Menurut Septrizola (2021:414), “Untuk meningkatkan kinerja bisnis para pelaku UKM, maka diperlukan adanya pengelolaan yang strategik dan juga sistematis, adapun hasil penelitiannya menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis para pelaku UKM, sehingga untuk meningkatkan kinerja bisnis, maka perlu dilakukan orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar dengan baik dan benar.” Selanjutnya menurut Rahaman, Luna, Mite, Islam, dan Wafik (2021), “Untuk membantu meningkatkan kinerja bisnis UKM, maka diperlukan implikasi dari orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar.” Sedangkan menurut Keh, dkk, 2007; Laukkanen, et al (2013), “Dalam mendorong kinerja bisnis para UKM, maka diperlukan fungsional dari orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar.”

Menurut Mustari, Arisah, Thaief, Fatmawati, dan Hasan (2021), “Orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis. Oleh karena jika semakin tinggi orientasi kewirausahaan pelaku UKM, maka akan semakin tinggi pula kinerja bisnis para pelaku UKM.” Selanjutnya menurut Feranita dan Setiawan (2019), “Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh negatif, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Maksudnya adalah adanya peningkatan dan

penurunan orientasi kewirausahaan belum tentu mampu dalam menurunkan dan menaikkan kinerja bisnis UKM.”

Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan kinerja bisnis UKM, maka diperlukan adanya orientasi kewirausahaan yang baik serta adanya orientasi pasar yang baik pula. Jika orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar dapat dijalankan dengan baik, maka akan menghasilkan kinerja yang baik pula bagi para pelaku UKM.

Menurut Abbas (2018), “Orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar memiliki pengaruh positif terhadap kinerja bisnis UKM, sehingga semakin bagus orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar yang diterapkan oleh pelaku UKM, maka semakin bagus pula kinerja yang dihasilkan.” Selanjutnya menurut Nuvriasari, Wicaksono, dan Sumiyarsih (2015), “Orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar, baik secara parsial maupun secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis para pelaku UKM.” Selanjutnya menurut Simajuntak dalam Marbun dan Simanjuntak (2021), “Untuk mendapatkan kinerja bisnis yang bagus, maka dibutuhkan adanya kemampuan teknologi yang juga unggul Salah satu bentuk teknologi adalah dengan memanfaatkan *digital marketing* bagi para pelaku UKM.”

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa untuk dapat meningkatkan kinerja bisnis pada pelaku UKM, maka diperlukan orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan *digital marketing*. Hal tersebut

dimaksudkan agar nantinya kinerja bisnis para pelaku UKM dapat meningkat. Dengan demikian hal ini tentu saja memberikan dampak yang positif untuk para pelaku UKM ke depannya dan juga dapat meningkatkan perekonomian Negara.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai: **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan *Digital Marketing* terhadap Kinerja Bisnis UKM di Kota Padang.”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka diidentifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pelaku UKM di Kota Padang cenderung mengalami kesulitan dalam mengembangkan usaha.
2. Kebanyakan pelaku UKM di Kota Padang cenderung mengalami penurunan kinerja bisnis sekitar 30% dari biasanya.
3. Kebanyakan pelaku UKM di Kota Padang mengalami penurunan pendapatan sekitar Rp. 6.000.000,- dari biasanya.
4. Pelaku UKM di Kota Padang cenderung belum mampu menerapkan orientasi kewirausahaan dengan baik.
5. Pelaku UKM di Kota Padang cenderung belum mampu menerapkan orientasi pasar dengan baik.
6. Kebanyakan pelaku UKM di Kota Padang belum siap menghadapi persaingan untuk meningkatkan kinerja bisnis.

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah tersebut, maka penulis membatasi permasalahan penelitian yang akan diteliti, yaitu pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan *digital marketing* terhadap kinerja bisnis UKM di Kota Padang.

### **D. Rumusan Masalah**

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

1. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja bisnis UKM di Kota Padang?
2. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja bisnis UKM di Kota Padang?
3. Apakah *digital marketing* berpengaruh terhadap kinerja bisnis UKM di Kota Padang?

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis UKM di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja bisnis UKM di Kota Padang.

3. Untuk mengetahui pengaruh *digital marketing* terhadap kinerja bisnis UKM di Kota Padang.

## **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan juga pengetahuan baru dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya terkait dengan variabel yang akan diteliti.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Penulis**

Penelitian ini diharapkan menjadi penambah wawasan dan juga pengalaman bagi penulis untuk bisa lebih memahami terkait dengan bagaimana orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan *digital marketing* pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Selanjutnya penelitian ini juga memberikan manfaat kepada penulis untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

#### **b. Bagi Pelaku UKM**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan solusi kepada para pelaku UKM agar dapat meningkatkan kinerja bisnis yang dilaksanakannya dengan orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan *digital marketing* dengan baik.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk peneliti selanjutnya dan dapat mengembangkan penelitian ini agar lebih baik lagi.