



Research Articles

Kata Kunci:

Perda Pemberdayaan;
Orientasi Pasar;
Kinerja Pemasaran;
UMKM

Keywords:

Local regulations
Empowerment;
Market Orientation;
Marketing
Performance;
MSMEs

INDEXED IN

SINTA - Science and
Technology Index
Crossref
Google Scholar
Garba Rujukan Digital: Garuda

**CORRESPONDING
AUTHOR**

Ayu Dita Sari
Manajemen
Universitas Trunajaya Bontang
Indonesia

ditasariayu88@gmail.com

OPEN ACCESS

E ISSN 2623-2022



Copyright (c) 2023 Jurnal Kolaboratif Sains

Pengaruh Perda Pemberdayaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM

Title the Influence of Empowerment Local Regulations and Market Orientation on MSMEs Marketing Performance

Raidon Hutahaean¹, Ayu Dita Sari^{2*}

¹ Hukum, Universitas Trunajaya Bontang, Indonesia

²Manajemen, Universitas Trunajaya Bontang, Indonesia

Abstrak: Pemerintah Kota Bontang mengeluarkan Perda No. 5 Tahun 2015 tentang Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Dengan Perda ini diharapkan dapat menopang ketahanan ekonomi masyarakat mewujudkan kesejahteraan yang adil dan merata terhadap kinerja pemasaran UMKM. Pelaku usaha juga mempertimbangkan orientasi pasar dalam menerapkan usaha yang dipasarkan. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh secara simultan Perda Pemberdayaan dan orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran di UMKM Kota Bontang. Data diperoleh dari 60 pelaku usaha UMKM. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan alat analisis SPSS versi 16.0. Pada pengujian regresi linear berganda diperoleh: $Y = 1,814 + 0,180 X_1 + 0,737 X_2$. Hasil uji hipotesa secara parsial menyatakan bahwa Perda Pemberdayaan dan Orientasi pasar mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kota Bontang.

Abstract: The Government of Bontang issued Regional Regulation No. 5 of 2015 concerning Empowerment of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). With this regional regulation, it is hoped that it can support the economic resilience of the community to create fair and equitable welfare for the marketing performance of MSMEs. Business actors also consider market orientation in implementing businesses that are marketed. This study aims to determine the simultaneous effect of Empowerment Regional Regulations and market orientation on marketing performance in MSME Bontang City. Data were obtained from 60 MSME business actors. The analytical method used in this study is multiple linear regression analysis using the SPSS version 16.0 analysis tool. In the multiple linear regression test, it is obtained: $Y = 1.814 + 0.180 X_1 + 0.737 X_2$. The partial results of the hypothesis test state that Empowerment Local Regulations and Market Orientation have a significant influence on the Marketing Performance of Bontang MSME.

Jurnal Kolaboratif Sains (JKS)

Volume 6 Issue 4 April 2023

Pages: 315-320

LATAR BELAKANG

Data badan perencanaan pembangunan nasional, Badan Pusat Statistik, dan United Nation Population Fund, memprediksi jumlah pelaku usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia pada tahun 2018 sebanyak 58,97 juta orang sedangkan jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2018 diprediksi mencapai 265 juta jiwa. Deputi bidang pembiayaan kementerian koperasi dan UMKM Yuana Sutiyowati berkata jumlah usaha mikro ada sebanyak 58,91 juta unit, usaha kecil 59.260 unit dan usaha besar 4.987 unit (Rahendra Farean, Abdi, and Baining 2020). Dengan angka tersebut terbukti bahwa perkembangan UMKM berkembang pesat, besarnya minat masyarakat untuk berwirausaha atau mengembangkan usahanya kembali sebagai mata pencarian sangatlah besar. Terbukti untuk Kota Bontang UMKM mengalami peningkatan dari tahun ke tahun hal ini disebabkan karena makin banyak masyarakat yang mencoba membuka usaha sendiri, dengan modal yang mereka miliki.

Adanya peningkatan UMKM dapat menjadi dampak positif jika dikelola dengan baik. Namun dengan meningkatnya UMKM tersebut. Banyak UMKM yang dapat terus berkembang dan bertahan namun juga tidak sedikit UMKM yang dapat berdiri mendirikan usahanya dan karena ada beberapa permasalahan yang ada UMKM tersebut tidak dapat bertahan atau mati. Permasalahan-permasalahan UMKM yang sering dihadapi adalah keterbatasan modal kerja, kesulitan dalam pemasaran, distribusi dan pengadaan bahan baku, keterbatasan akses informasi mengenai informasi, kurangnya keahlian dan kualitas SDM yang tidak memadai, kemampuan teknologi, biaya tinggi akibat prosedur administrasi, dan birokrasi yang kompleks khususnya dalam per urusan izin usaha (Wibowo 2010).

Permasalahan yang paling sering timbul dalam usaha pertumbuhan ini berhubungan dengan karakteristik yang dimiliki oleh UMKM yang sedikit menyulitkan. Beberapa karakteristik yang paling melekat pada sebagian besar UMKM antara lain. Rendahnya kualitas sumber daya manusia (SDM) yang bekerja pada sektor UMKM (Ramadhita, Setiawan, and Ummi 2017), penyajian keuangan (Waas and Septarini 2014), rendahnya produktifitas tenaga kerja yang berimbas terhadap rendahnya gaji dan upah, kualitas barang yang dihasilkan relatif rendah, mempekerjakan tenaga kerja wanita lebih besar dari pada pria, kurangnya pelatihan (Fransisca, Mahardiana, and Kornelius 2019), lemahnya struktur permodalan, kurangnya inovasi dan adopsi teknologi-teknologi baru, serta kurangnya akses pemasaran ke pasar potensial (Tambunan 2012). Kota Bontang berupaya untuk mendorong kebangkitan ekonomi berbasis masyarakat melalui UMKM. Salah satu upaya nyata yang telah dilakukan oleh pemerintah Kota Bontang dengan memberikan bantuan bagi para pelaku UMKM berupa penyiapan Peraturan Daerah (Perda) tentang Pemberdayaan Koperasi dan UMKM.

Dinas Koperasi dan UMKM yang mendukung adanya minat berwirausaha terbukti dengan adanya dukungan anggaran dari Pemerintah yang di berikan kepada Dinas Koperasi dan UMKM yang digunakan untuk kemajuan Wirausaha. Peraturan Daerah (Perda) Nomor 5 tahun 2015 tentang Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memberikan arahan pelaku UMKM untuk memajukan usahanya. Dalam rangka menopang ketahanan ekonomi masyarakat diperlukan dukungan Pemerintah daerah untuk memberikan Proteksi terhadap Usaha Mikro, Kecil, Menengah agar terhindar dari persaingan usaha yang ketat dari pelaku usaha bermodal besar (Darma 2015). Dengan adanya Perda Pemberdayaan ini dapat mendukung Kinerja Pemasaran di Kota Bontang. Kejelasan Hukum Ekonomi yang diterapkan akan membangkitkan minat usaha (Lazuardi et al. 2022).

Kinerja atau *performance* merupakan sistem yang berhubungan dengan aktivitas dan hasil (*outcome*) yang diperoleh. Pemasaran merupakan ukuran prestasi dari aktivitas proses pemasaran secara menyeluruh dalam organisasi, (Sumarwan et al. 2010). Setiap perusahaan berkepentingan untuk mengetahui prestasinya sebagai cermin dari keberhasilan usahanya dalam persaingan pasar, dengan kinerja pemasaran perusahaan dapat mengetahui dimana posisi keberhasilan perusahaan yang diukur dari setiap jangka waktu yang telah ditentukan (Utaminingsih 2016). Sehingga dalam meninjau kinerja UMKM perlu adanya pola yang dilakukan pemerintah daerah. Kinerja Pemasaran juga dipengaruhi oleh orientasi pasar di kota Bontang.

Orientasi pasar merupakan ukuran perilaku dan aktivitas yang mencerminkan implementasi konsep pemasaran. Orientasi pasar menjadi sumber inspirasi perusahaan dalam melakukan cara-cara inovatif serta menjadi sumber keunggulan bersaing dalam meningkatkan kinerja pemasaran menjadi lebih baik, (Tjiptono & Chandra, 2017) dalam (Harini, Silaningsih, and Putri 2022). Orientasi pasar menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan, karena dengan adanya orientasi pasar dalam usahanya maka perusahaan dapat mengetahui arah dari orientasi pasar yang dituju sehingga akan mampu memenuhi kepuasan dari konsumen. Sumber daya manusia sangat di perlukan dalam pengembangan ini (Ddeok et al. 2023).

UMKM merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. UMKM juga mampu dijadikan sebagai motor inovasi dan pertumbuhan ekonomi nasional sehingga mampu mencapai stabilitas nasional. Menyadari pentingnya peran UMKM dalam perekonomian nasional, maka pemerintah berkomitmen untuk terus mendorong dan mengembangkan UMKM. Komitmen tersebut harus menjadi tanggung jawab bersama baik oleh pemerintah pusat maupun daerah, salah satunya Kota Bontang. Dengan adanya Perda Pemberdayaan serta orientasi pasar yang baik terarah maka kinerja pemasaran dalam ekonomi UMKM aja berjalan dengan baik.

METODE

Penelitian ini dilakukan pada UMKM Kota Bontang yang tersebar Kecamatan Bontang Utara Provinsi Kalimantan Timur. Waktu penelitian dilakukan dari bulan November 2022 sampai dengan bulan Januari 2023. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sensus atau sampling total karena sampel yang akan diambil untuk diteliti adalah seluruh Pelaku Usaha, yang jumlah populasinya kurang dari 100 populasi. Menurut Sugiyono (2018) sensus atau sampling total adalah teknik pengambilan sampel dimana seluruh anggota populasi dijadikan sampel semua. Penelitian yang dilakukan pada populasi dibawah 100 sebaiknya dilakukan dengan sensus, sehingga seluruh anggota populasi tersebut dijadikan sampel semua sebagai subjek yang dipelajari atau sebagai responden pemberi informasi.

Data yang diperoleh secara langsung dari sumber penelitian. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu berasal dari hasil jawaban atas pertanyaan pada kuesioner yang disebar ke 60 Pelaku UMKM Kota Bontang. Jumlah pertanyaan yang diberikan sebanyak 14 pertanyaan yang terdiri dari 5 pertanyaan mengenai variabel Perda Pemberdayaan (X1), 4 pertanyaan mengenai variabel Orientasi Pasar (X2), dan 5 mengenai variabel Kinerja Pemasaran (Y), kepada responden yang berjumlah 60 Pelaku Usaha. Skala yang digunakan dalam pengukuran variabel ini adalah skala *likert*.

Dalam pengambilan data lapangan dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi lapangan. Wawancara dalam penelitian ini, yaitu melakukan tanya jawab langsung dengan pihak terkait, khusus di UMKM Bontang yang meliputi lokasi, jumlah karyawan, serta data lainnya dengan maksud memperoleh tambahan informasi lainnya. Sedangkan teknik dokumentasi teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data atau dokumen yang digunakan untuk memperoleh data tentang jumlah Produk yang diperdagangkan oleh pelaku Usaha Kota Bontang. Di samping itu pula menggunakan teknik studi kepustakaan. Teknik studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan penulis ditinjau pustaka ke perpustakaan dan pengumpulan buku-buku, bahan-bahan tertulis serta refrensi-refrensi yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Teknik studi kepustakaan ini merupakan bagian penting dalam mendapatkan informasi tentang lingkungan Perda Pemberdayaan, Orientasi Pasar dan Kinerja Pemasaran lebih mendalam.

HASIL DAN DISKUSI

Analisa Regresi Linear Berganda. Berdasarkan hasil uji di atas terbukti bahwa data telah lulus uji asumsi klasik, sehingga data siap untuk di regresi linear berganda. Hasil analisis *regresi linear berganda* dengan menggunakan bantuan program SPSS dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel Independen	Koefisien B
(Constant)	1,814
X1	0,180
X2	0,737

Sumber: Data diolah

Nilai-nilai hasil tersebut dimasukkan dalam persamaan regresi linear berganda sehingga diketahui persamaan berikut:

$$Y = 1,814 + 0,180 X_1 + 0,737 X_2$$

Konstan dengan nilai 1,814 menunjukkan bahwa apabila semua variabel independen Perda Pemberdayaan dan Orientasi Pasar diasumsikan bernilai nol, maka nilai dari kinerja Pemasaran adalah sebesar 1,814. Nilai koefisien regresi linear Perda Pemberdayaan sebesar 0,180 menunjukkan bahwa apabila nilai variabel Perda Pemberdayaan meningkat, maka Kinerja Pemasaran meningkat sebesar 0,180 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai nol. Nilai koefisien regresi Orientasi Pasar sebesar 0,737 menunjukkan bahwa apabila nilai variabel Orientasi Pasar meningkat, maka Kinerja Pemasaran meningkat sebesar 0,737 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai nol.

Uji Signifikan Parsial (Uji T). Uji Signifikan Secara Parsial digunakan untuk mengetahui parsial masing-masing variabel independen (X). Selain itu uji t juga digunakan untuk menguji apakah variabel independen (X) secara parsial atau individual berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 2. Hasil Output SPSS Uji T Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.814	1.600		1.134	.262		
X1	.180	.104	.274	2.740	.007	.447	2.235
X2	.737	.101	.726	7.274	.000	.447	2.235

a. Dependent Variable: Y

Nilai t_{hitung} untuk variabel Perda Pemberdayaan adalah 2,740 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ diketahui sebesar 2,001 dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikan Perda Pemberdayaan sebesar $0,007 < 0,05$ artinya dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (H_1 diterima) menunjukkan bahwa Perda Pemberdayaan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Kota Bontang.

Nilai t_{hitung} untuk variabel Orientasi Pasar adalah 7,274 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ diketahui sebesar 2,001 dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikan Orientasi Pasar sebesar $0,000 < 0,05$ artinya dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (H_2 diterima) menunjukkan bahwa Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kota Bontang.

Uji Signifikan Simultan (Uji F). Uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen

(variabel bebas X1 Perda Pemberdayaan dan X2 Orientasi Pasar) terhadap variabel dependen (variabel terikat Y Kinerja Pemasaran).

Tabel 3. Hasil Output Uji F ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	251.455	2	125.728	83.530	.000 ^a
	Residual	85.795	57	1.505		
	Total	337.250	59			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependen Variabel, Y

Dari hasil diatas dapat kita lihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 83,530 dengan tingkat signifikan 0,000. Sedangkan untuk nilai F_{tabel} diketahui sebesar 3,16 berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($83,530 > 3,16$) artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa Perda Pemberdayaan dan Orientasi Pasar secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kota Bontang.

Pengaruh Perda Pemberdayaan Terhadap Kinerja Pemasaran. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dari perhitungan analisis data yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa adanya pengaruh Perda Pemberdayaan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kota Bontang, hal ini dibuktikan dari hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} variabel Perda Pemberdayaan sebesar 2,740 dan t_{tabel} dengan α adalah 0,05 diketahui sebesar 2,001 dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikansi Perda Pemberdayaan sebesar $0,007 < 0,05$ artinya dari hasil tersebut didapatkan kesimpulan H_0 ditolak (H_1 diterima) menunjukkan bahwa Perda Pemberdayaan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kota Bontang.

Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dari perhitungan analisis data yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa adanya pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kota Bontang, hal ini dibuktikan dari hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} variabel Orientasi Pasar sebesar 7,274 dan t_{tabel} dengan α adalah 0,05 diketahui sebesar 2,001 dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikansi orientasi Pasar sebesar $0,000 < 0,05$ artinya dari hasil tersebut didapatkan kesimpulan H_0 ditolak (H_2 diterima) menunjukkan bahwa Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kota Bontang.

Pengaruh Perda Pemberdayaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dari perhitungan analisis data yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara simultan Perda Pemberdayaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kota Bontang, hal ini dibuktikan dari hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} variabel Perda Pemberdayaan dan Orientasi Pasar sebesar 83,530 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan untuk F_{tabel} diketahui sebesar 3,16 berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($83,530 > 3,16$) artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa Perda Pemberdayaan dan Orientasi Pasar secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kota Bontang.

KESIMPULAN

Studi ini menyimpulkan bahwa secara parsial Perda Pemberdayaan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kota Bontang. Secara parsial Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kota Bontang. Secara simultan Perda Pemberdayaan dan Orientasi Pasar memiliki pengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Kota

Bontang yang artinya setiap pemberlakuan Perda Pemberdayaan dan Orientasi Pasar yang baik maka akan meningkatkan Kinerja Pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Darma, Adi. 2015. "Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah." In *Peraturan Daerah Kota Bontang Nomor 5 Tahun 2015*,.
- Ddeok, Yohanes Antonius, John E.H.J FoEh, Henny A Manafe, and Simon Sia Niha. 2023. "Analisis Pengaruh Kepemimpinan, Lingkungan Kerja Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil Melalui Disiplin Kerja Sebagai Variabel Intervening (Kajian Studi Literatur Manajemen Sumber Daya Manusia)." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 4(4): 557–63.
- Fransisca, Charren, Lina Mahardiana, and Yoberth Kornelius. 2019. "Pengaruh Pelatihan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil Dinas Koperasi Umkm Provinsi Sulawesi Tengah." *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (Jimut)* 5(1): 10–18.
- Harini, Sri, Endang Silaningsih, and Marwah Eka Putri. 2022. "Pengaruh Orientasi Pasar, Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM." *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* 6(1): 67–82.
- Lazuardi, A. A. et al. 2022. "Pengaruh Umkm Susu Pangalengan Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Hukum Ekonomi." *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 1(6): 135–44.
- Rahendra Farean, Rahendra, Fathuddin Abdi, and Mellya Embun Baining. 2020. "Pengaruh Pelatihan, Pendampingan, Dan Pembinaan Dinas Koperasi Dan Umkm Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Kota Jambi. Diss. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2020."
- Ramadhita, S., H Setiawan, and N. Ummi. 2017. "Pengaruh Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja (Studi Kasus: Dinas Koperasi Dan UMKM Provinsi Banten)." *Jurnal Teknik Industri Untirta* 5(2).
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. 2 cetakan. ed. Sutopo. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U et al. 2010. *Pemasaran Strategik: Perspektif Value-Based Marketing & Pengukuran Kinerja*. IPB Press.
- Tambunan, Tulus TH. 2012. *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia: Beberapa Isu Penting*. Cetakan pe. Jakarta: Samlemba 4.
- Utaminingsih, A. 2016. "Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UKM Kerajinan Rotan Di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara." *Media Ekonomi dan Manajemen* 31(2).
- Waas, Samuel, and Dina Fitri Septarini. 2014. "Pengaruh Pemahaman Akuntansi Terhadap Niat Pengusaha Umkm Menyajikan Laporan Keuangan Sesuai Sak Etap." *Jurnal Akuntansi Universitas Muhammadiyah Kupang* 1(1): 17–29.
- Wibowo. 2010. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Pres.