

Strategi Orientasi Wirausaha dan Orientasi Pasar Pengaruhnya Terhadap Kinerja Perusahaan UMKM Di Kota Surabaya

Sumiati

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

ABSTRACT

The aims of this study to analyze the influence of Entrepreneur orientation and market orientation to corporate performance of Small Medium Scale Industries (SMEs) in Surabaya. This study include descriptive exploratory methodes with taking 75 sample of SMEs with the owner or manager as respondents, data gathered by using questionnaire instrument. The results showed that the effect of variable- entrepreneurial oriented is significantly influence to corporate performance, but the marketing orientation dit not significantly affect to corporate performance of SMEs in the city of Surabaya, while the hypothesis test using F-test shows that there is significantly influence between Entrepreneur and Market oriented to corporate performance because the value of probability significant found smaller than alfa 0.05, this mean that the SMEs in Surabaya should adopt Entreprenuer oriented for continue the operation of their business. Besides, SMEs also should adopt market oriented to improve performance and highly competitive, especially in the face of the implementation of the Asean Economic Community in the end of 2015.

Keyword: Entreprenuer Oriented, Market Oriented and SMEs performance.

1. Latar Belakang Masalah

Usaha Kecil dan menengah cukup signifikan terhadap pertumbuhan perekonomian di Indonesia hal ini sangat berdampak pada pengurangan pengangguran dan mendorong terciptanya stabilitas usaha yang berkesinambungan. Industri kecil dan rumah tangga dari tahun 2002 sampai dengan 2006 telah tumbuh sebanyak 455.960 perusahaan atau sekitar 16%. Dari total unit usaha manufactur di Indonesia sebanyak 1.542 juta ternyata 99,2 % merupakan unit industri kecil dan rumah tangga, yang mampu menyediakan kesempatan kerja sebanyak 67,3% dari total kesempatan kerja, sedangkan kontribusi industri manufactur hanya sebesar 17.8%. Jumlah perusahaan pada kategori lapangan usaha perdagangan besar dan eceran sebanyak 18,9 ribu perusahaan atau sekitar (41,45 %) dari seluruh perusahaan atau usaha besar. Untuk perusahaan usaha kecil sebanyak 2.252.4 (63%) dari seluruh perusahaan usaha kecil, dan untuk usaha mikro sebanyak 7968,1 (42%) dari seluruh perusahaan atau usaha mikro. (BPS,2007).

Fenomena di atas menunjukkan bahwa betapa pentingnya keberadaan usaha kecil untuk menciptakan stabilitas ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja dan pemerataan pendapatan, namun karena tingkat produktivitasnya yang rendah menyebabkan nilai tambah bagi kegiatan ekonomi menjadi rendah. Produktivitas dan nilai tambah usaha kecil yang rendah dikarenakan faktor ketidakstabilan pertumbuhan market pada bidang yang digelutinya hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman, informasi pasar yang disediakan oleh pemerintah ataupun lainnya tentang sektor-sektor mana yang memiliki potensial market yang tinggi, diwilayah mana, dan kapan sektor tersebut memiliki potensial market yang tinggi dan berapa lama titik jenuh atau *live cycle* dari sektor atau