

**Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja  
Penjualan UMKM pengrajin kulit  
(Studi pada Sentra Industri Pengrajin Kulit Desa Sukaregang, Garut)**

Fajar Gilang Garnida<sup>1</sup>, Wahyu Hidayat<sup>2</sup>

Email: [gilanggarnida@gmail.com](mailto:gilanggarnida@gmail.com)

**Abstrak**

Kulit adalah suatu bahan yang biasa digunakan masyarakat Indonesia yang sudah dikenal secara luas, dalam kehidupan masyarakat bahan kulit biasa digunakan untuk membuat kerajinan berupa jaket, tas, dompet, ikat pinggang, topi. Di dunia ini kulit sudah terkenal karna sering menjadi *trend* dari sebuah *fashion* baik dikalangan anak-anak, remaja maupun orang tua. Persaingan produk kerajinan kulit yang terjadi baik dalam maupun luar kota bisa dibilang ketat sehingga para pengrajin kulit harus bisa terus berinovasi dalam membuat produk.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Orientasi Pasar (X1) dan Orientasi Kewirausahaan (X2) serta pengaruhnya terhadap Kinerja Penjualan (Y) pada UMKM pengrajin kulit Desa Sukaregang, Garut. Sampel dalam penelitian ini adalah 25 orang responden yang memiliki UMKM produk kulit di Sentra Industri Kulit Desa Sukaregang yang sudah berdiri minimal tiga tahun lamanya serta memiliki karyawan yang memiliki minimal dua fungsi. Pengumpulan datanya dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan wawancara. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survei eksplanasi. Skala pengukurannya menggunakan skala Likert. Pada analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linier sederhana, analisis regresi linier berganda, uji t dan uji F dengan menggunakan alat bantu SPSS 20.0.

Hasil dan pembahasan menunjukkan jika variabel orientasi pasar, orientasi kewirausahaan memiliki kategorisasi baik serta kinerja penjualan memiliki kategorisasi tinggi. Terdapat pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja penjualan dengan nilai t hitung (4.229) > t tabel (1.713), terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja penjualan dengan t hitung (3.059) > t tabel (1.713), dan terdapat pengaruh pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja penjualan dengan nilai F hitung (10.124) > F tabel (3.44).

Kesimpulan seluruh variabel independen dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap variabel dependen baik secara simultan maupun parsial. Pengrajin Kulit Desa Sukaregang, Garut harus bisa terus berinovasi serta mengetahui kepada siapa mereka harus memasarkan produk yang mereka buat sehingga mereka bisa fokus untuk memasarkan produk sesuai dengan pasarnya masing-masing.

---

<sup>1</sup>Fajar Gilang Garnida, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

<sup>2</sup>Wahyu Hidayat, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

**Kata kunci: orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, kinerja penjualan**  
*The Effect Of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation On Sales Performance*  
*(Case Study On Leather Industrial Center Sukaregang, Garut)*

Fajar Gilang Garnida<sup>3</sup>, Wahyu Hidayat<sup>4</sup>

Email: [gilanggarnida@gmail.com](mailto:gilanggarnida@gmail.com)

**Abstract**

*Leather is a material commonly used and well-known by Indonesian people. Its used to make crafts in the form of jackets, purses, wallets, belts and hats. Leather has been famous in the world and becomes a trend of a good fashion among children, teenagers and parents. The leather craftsmen are facing strictly competition inside and outside the city so should be able to innovate continually.*

*The aims of this research is to determine the effect of Market Orientation (X1) and Entrepreneurship Orientation (X2) and its effect on Sales Performance (Y) at SME (Small-Medium Enterprise) of Sukaregang Village, Garut. The type of this research is explanatory research with 25 respondents who have SME (Small-Medium Enterprise) of Sukaregang Village, Garut leather product that has been established for at least three years and have at least two functions employees. Questionnaires and interviews is used in collecting data and using Likert scale. In the data analysis using validity test, reliability test, correlation coefficient, determination coefficient, simple linear regression analysis, multiple linear regression analysis and test of significance (t-test and F test) by SPSS 20.0.*

*The results show that market orientation and entrepreneurship orientation has good categorization while the sales performance has a high categorization. There is influence of market orientation to sales performance with t value (4,229) > t table (1.713), influence of entrepreneurship orientation to sales performance with t value (3.059) > t table (1.713), and influence market orientation and entrepreneurship orientation on sales performance with the value of F value (10.124) > F table (3.44).*

*Based on the results all independent variables in this study have an influence on the dependent variable either simultaneously or partially. Sukaregang Village Leather Craftmens, Garut should be able to innovate continually and know their customers so they can market the product in according with their respective markets*

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

---

<sup>3</sup>Fajar Gilang Garnida, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

<sup>4</sup>Wahyu Hidayat, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

## Pendahuluan

Usaha industri kerajinan kulit di Desa Sukaregang merupakan suatu peluang usaha yang banyak dikerjakan karena semakin sulitnya mencari pekerjaan. Usaha dalam bentuk mikro atau kecil dapat dikelola tanpa perlu menggunakan banyak sumber daya. Menurut Kamus Besar Indonesia industri adalah kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan. Industri ringan merupakan usaha pembuatan atau produksi barang-barang yang bahan bakunya dari kerta, kayu, rotan, bambu dan sebagainya (bukan dari besi atau baja).

Desa Sukaregang merupakan sentra kerajinan kulit di Kabupaten Garut, produk kerajinan kulit Desa Sukaregang memiliki prospek yang cukup tinggi Khususnya dalam bidang *fashion*. Produk kerajinan kulit yang diproduksi antara lain sepatu kulit, sandal kulit, dompet kulit, tas kulit, jaket kulit, ikat pinggang kulit, gantungan kunci kulit, dsb. Bahan baku kulit di Desa Sukaregang cukup mudah untuk ditemukan.

**Tabel 1. 1**  
**Data Penjualan Sentra Industri Pengrajin Kulit Desa Sukaregang**  
**Tahun 2014-2016**

<b>Tahun</b>	<b>Data Penjualan (Rp.)</b>	<b>Naik/Turun*</b>
2014	15.750.000.000	-
2015	11.025.000.000	4.725.000.000*
2016	9.922.500.000	1.102.500.000*

*Sumber: Data primer diolah, 2017*

Meskipun Desa Sukaregang merupakan sentra kerajinan kulit bukan berarti tidak terdapat kendala dalam melakukan penjualan, kendala tersebut antara lain orientasi pasar yang belum maksimal seperti kurangnya memahami pelanggan, pesaing, dan juga pemanfaatan teknologi yang masih minim untuk bisa memperluas akses pasar, kendala lainnya seperti kurangnya keterampilan dari sumber daya manusianya untuk bisa berinovasi dalam usahanya serta semangat berwirausaha yang masih kurang. Pesaing pun tidak hanya berasal dari dalam Desa Sukaregang melainkan dari berbagai kota lainnya di Indonesia.

Dalam menjalankan suatu usaha diperlukan suatu konsep pemasaran guna memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Untuk mencapai kinerja penjualan UMKM kerajinan kulit yang baik maka harus mempertimbangkan sejumlah faktor yang mempengaruhinya seperti: orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan.

Orientasi pasar memiliki tiga komponen yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi interfunksional (Narver dan Slater, 1990: 21). Konsep orientasi pasar sangat diperlukan oleh produsen kerajinan kulit dengan fokus dan menyeimbangkan ketiga komponennya, konsep ini diperlukan untuk memperoleh kinerja penjualan

UMKM pengrajin kulit yang lebih baik. Tiga komponen dalam orientasi pasar memiliki pemahaman tersendiri jika dilaksanakan di dalam UMKM pengrajin kulit, orientasi pelanggan adalah pemahaman yang cukup terhadap konsumen, orientasi pesaing adalah memahami kekuatan dan kelemahan saat ini maupun kapabilitas dan strategi jangka panjang pesaing-pesaing yang ada serta pesaing-pesaing potensial dan koordinasi interfunksional adalah koordinasi antar semua bagian yang ada di dalam organisasi.

Orientasi kewirausahaan menurut Lumpkin dan Dess dalam Arshad, Rasli dan Zain, (2014) konsep orientasi kewirausahaan dikembangkan dengan konstruk multidimensi meliputi dimensi inovasi, pengambilan risiko, kompetisi agresif, otonomi dan sikap proaktif. Kecakapan produsen kerajinan kulit dalam berwirausaha sangat diperlukan guna mencari kesempatan-kesempatan baru baik dalam mencari pasar maupun memahami keinginan konsumen.

Kinerja usaha/bisnis dapat ditunjukkan melalui keberhasilan UMKM pengrajin kulit dalam melakukan penjualan produk di pasar, kinerja penjualan merupakan kegiatan yang memberikan pengaruh positif terhadap efektifitas organisasi penjualan, dengan harapan penjualan meningkat dan mendapatkan laba sebesar-besarnya. Ferdinand (2000: 125) menyatakan keberhasilan kinerja suatu usaha dalam usaha penjualan dapat diukur dalam tiga besaran nilai utama yaitu, nilai penjualan, pertumbuhan penjualan dan porsi pasar yang bermuara pada keuntungan suatu usaha.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja penjualan sentra industri pengrajin kulit di Desa Sukaregang?
2. Apakah ada pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja penjualan sentra industri pengrajin kulit di Desa Sukaregang?
3. Apakah ada pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja penjualan sentra industri pengrajin kulit di Desa Sukaregang?

## **Kajian Teori**

### **UMKM**

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM diatur berdasarkan UU Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

**Tabel 1. 2**  
**Jenis UMKM**

No.	Uraian	Kriteria	
		Asset	Omzet
1	Usaha Mikro	Maks. 50 juta	Maks. 300 Juta
2	Usaha Kecil	> 50 Juta - 500 Juta	> 300 Juta - 2,5 Milyar

3	Usaha Menengah	> 500 Juta - 10 Milyar	> 2,5 Milyar - 50 Milyar
---	----------------	------------------------	--------------------------

Sumber: UU 20/2008

### **Orientasi Pasar**

Orientasi pasar adalah budaya organisasi yang paling efektif dan efisien dalam menciptakan perilaku yang diperlukan untuk penciptaan nilai unggul bagi pelanggan sehingga dapat menghasilkan kinerja penjualan UMKM pengrajin kulit yang unggul secara berkesinambungan. Orientasi pasar memiliki 3 komponen yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi interfunksional (Narver dan Slater, 1990: 21). Konsep orientasi pasar sangat diperlukan untuk memfokuskan dan menyeimbangkan agar memperoleh kinerja penjualan yang lebih baik.

### **Orientasi Kewirausahaan**

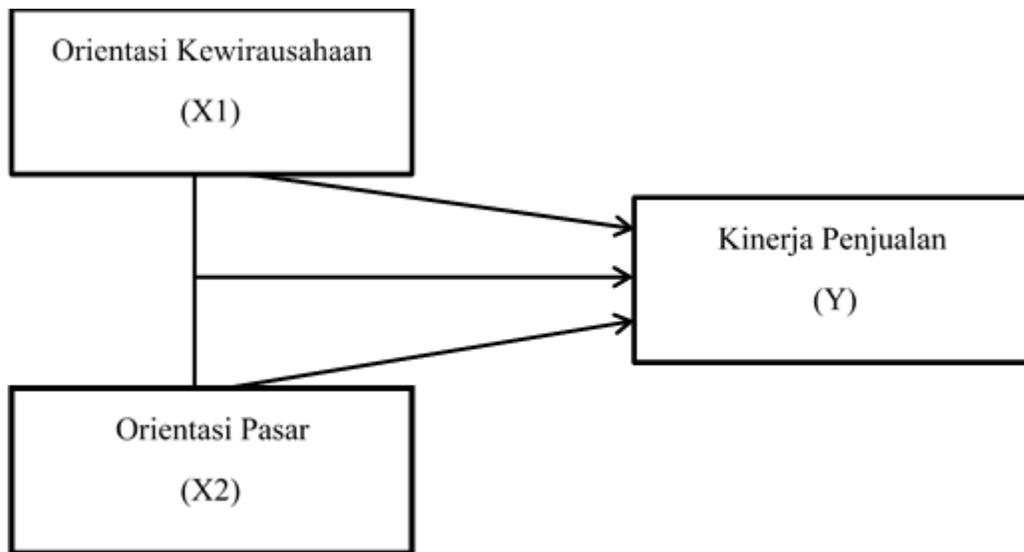
Kecakapan produsen dalam suatu usaha sangat diperlukan guna mencari kesempatan-kesempatan baru baik dalam mencari pasar maupun memahami keinginan konsumen. Orientasi kewirausahaan dikembangkan oleh suatu konstruk yang multidimensi meliputi dimensi inovasi, pengambilan risiko, kompetisi agresif, otonomi dan sikap proaktif (Lumpkin dan Dess dalam Arshad, Rasli dan Zain, 2014).

### **Kinerja Penjualan**

Kinerja usaha/bisnis dapat ditunjukkan melalui keberhasilan perusahaan dalam melaksanakan penjualan produk di pasar, kinerja penjualan merupakan kegiatan yang memberikan pengaruh positif terhadap efektifitas organisasi penjualan dengan harapan penjualan meningkat dan mendapatkan laba sebesar-besarnya. Menurut Ferdinand (2000: 125), keberhasilan kinerja suatu usaha dalam penjualan dapat diukur dalam tiga besaran utama yaitu, nilai penjualan, pertumbuhan dan porsi pasar yang bermuara pada keuntungan suatu usaha.

Model hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **Gambar 3 Model Hipotesis**



Sumber: Diolah dan dikembangkan untuk penelitian, 2018

Hipotesis pada penelitian ini adalah:

1. Diduga ada pengaruh antara orientasi pasar terhadap kinerja penjualan sentra industri pengrajin kulit di Desa Sukaregang.
2. Diduga ada pengaruh antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja penjualan sentra industri pengrajin kulit di Desa Sukaregang.
3. Diduga ada pengaruh antara orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja penjualan sentra industri pengrajin kulit di Desa Sukaregang.

### Metode

Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory* yaitu penelitian yang bermaksud menyoroti hubungan variabel-variabel penelitian kemudian menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Selain itu juga menjelaskan pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat, serta untuk menguji hipotesis yang diajukan.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau obyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010: 115). Populasi dalam penelitian ini adalah para pemilik UMKM pengrajin kulit di sentra industri kulit Desa Sukaregang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010: 116). Teknik yang digunakan adalah *sampling purposive*. (Sugiyono 2010: 122), *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan disini adalah sampel sudah berdiri minimal tiga tahun lamanya, memiliki karyawan yang memiliki minimal dua fungsi. Dengan metode pengambilan sampel ini diharapkan hasilnya dapat cenderung lebih mendekati nilai sesungguhnya dan diharapkan dapat memperkecil pula terjadinya kesalahan atau

penyimpangan terhadap nilai populasi. Teknik ini digunakan dengan tujuan agar dapat memperoleh hasil yang lebih akurat. Skala pengukuran menggunakan *Likert* dan instrument yang digunakan adalah kuesioner.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kuantitatif menggunakan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana dan berganda, uji t dan uji F dengan menggunakan SPSS versi 20.0.

## Hasil

Hasil penelitian ini mencoba menjawab hipotesis yang dirumuskan dengan melakukan uji korelasi, uji determinasi, uji t (uji signifikansi parsial) dan uji F (uji signifikansi simultan) dengan menggunakan alat uji SPSS versi 20.0. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Hasil penelitian secara parsial**

No.	Uji Hipotesis	Hasil Uji			
		Korelasi	Determinasi	t hitung	Keterangan Hipotesis
1.	Orientasi Pasar terhadap Kinerja Penjualan	0.661	0.437	4.229	Ha diterima
2.	Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Penjualan	0.538	0.289	3.059	Ha diterima

Sumber: Data yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 1, dapat diketahui bahwa hasil uji t (uji signifikansi parsial) menunjukkan bahwa:

- Orientasi pasar terdapat pengaruh terhadap kinerja penjualan, dimana t hitung (4.229) > t tabel (1.713).
- Orientasi kewirausahaan terdapat pengaruh terhadap kinerja penjualan, dimana t hitung (3.059) > t tabel (1.713).

**Tabel 2**  
**Hasil penelitian secara simultan**

Uji Hipotesis	Hasil Uji			
	Korelasi	Determinasi	F hitung	Keterangan Hipotesis
Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Penjualan	0.692	0.479	10.124	Ha diterima

Sumber: Data yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui bahwa hasil uji F (uji signifikansi simultan) menunjukkan bahwa:

Orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan strategi bersaing secara bersama-sama terdapat pengaruh positif dan signifikan, dimana F hitung (10.124) > F tabel (3.44).

### **Pembahasan**

Menurut Narver dan Slater (1990) dalam Fandy Tjiptono (2008: 86) orientasi pasar sebagai budaya organisasi yang mampu secara efektif dan efisien menciptakan perilaku karyawan sedemikian rupa sehingga menunjang upaya penciptaan nilai superior para pelanggan. Narver dan Slater (1990: 21) terdapat tiga komponen perilaku dalam orientasi pasar yaitu orientasi pelanggan pemahaman mengenai target pasar, orientasi pesaing pemahaman mengenai strategi yang digunakan pesaing dan adanya koordinasi interfunksional dimana terdapat interaksi internal di dalam perusahaan itu sendiri. Nilai koefisien determinasi Orientasi Pasar terhadap Kinerja Penjualan UMKM pengrajin kulit Desa Sukaregang, Garut sebesar 0,437 atau 43,7%. Hal ini berarti sumbangan yang diberikan oleh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Penjualan UMKM pengrajin kulit Desa Sukaregang, Garut sebesar 43,7%, sedangkan sisanya 56,3% diperoleh dari variabel yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian hipotesis ini. Selain itu diperoleh nilai t hitung (4.229) > t tabel (1.713), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Pengujian hipotesis tersebut menunjukkan bahwa Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Kinerja Penjualan UMKM pengrajin kulit Desa Sukaregang, Garut.

Menurut Lumpkin dan Dess dalam Arshad, Rasli dan Zain (2014) terdapat lima dimensi di dalam orientasi kewirausahaan yaitu kemampuan inovatif, memiliki sikap proaktif, berani dalam mengambil risiko, memiliki keagresifan dalam bersaing serta otonomi. Orientasi kewirausahaan merupakan sumber daya strategis organisasi dengan potensi untuk menghasilkan keunggulan bersaing. Berdasarkan penelitian yang dilakukan nilai koefisien determinasi Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Penjualan UMKM pengrajin kulit Desa Sukaregang, Garut sebesar 0,289 atau 28,9%. Hal ini berarti sumbangan yang diberikan oleh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Penjualan sebesar 28,9%, sedangkan sisanya 71,1% diperoleh dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian hipotesis ini. Selain itu diperoleh nilai t hitung (3.059) > t tabel (1.713) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Pengujian hipotesis tersebut menunjukkan bahwa Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Penjualan UMKM pengrajin kulit Desa Sukaregang, Garut.

Hasil pengujian antara variabel bebas yaitu Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Penjualan UMKM pengrajin kulit Desa Sukaregang, Garut menghasilkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,479 atau 47,9%. Hal ini berarti sumbangan yang diberikan oleh variabel Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Penjualan UMKM pengrajin kulit Desa Sukaregang, Garut sebesar 47,9% sedangkan sisanya 47,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Selain itu diperoleh nilai F hitung (10.124) > F

tabel (3.44), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Pengujian hipotesis tersebut menunjukkan bahwa Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kinerja Penjualan UMKM pengrajin kulit Desa Sukaregang, Garut.

## **Kesimpulan dan Saran**

### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian terhadap 25 responden berkaitan dengan pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja penjualan pada Sentra Industri Kulit Desa Sukaregang Garut, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan orientasi pasar yang dilakukan UMKM pengrajin kulit Desa Sukaregang sudah baik, namun mereka diharapkan untuk lebih mengetahui pelanggan dan pesaing yang ada serta membuat produk yang lebih unggul dari pesaing. Orientasi pasar yang diterapkan mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja penjualan. Hal tersebut menyatakan bahwa semakin baik orientasi pasar yang diterapkan oleh pengrajin kulit maka akan semakin tinggi pula kinerja penjualan yang dihasilkan. Hal ini dapat dilihat dalam penelitian yang dilakukan terhadap pengrajin kulit Desa Sukaregang bahwa variabel orientasi pasar memiliki sumbangan pengaruh yang cukup kuat terhadap kinerja penjualan yang dibuktikan dari hasil koefisien determinasinya.
2. Secara keseluruhan orientasi kewirausahaan sudah diterapkan dengan baik, namun para pengrajin kulit masih perlu menciptakan produk sesuai dengan perkembangan pasar dan lebih melihat kondisi/perkembangan pasar dalam menciptakan produk. Sama halnya dengan variabel orientasi kewirausahaan juga mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik orientasi kewirausahaan yang diterapkan maka akan semakin tinggi pula kinerja penjualan yang dihasilkan. Hal ini dapat dilihat dalam penelitian yang dilakukan bahwa variabel orientasi kewirausahaan memiliki sumbangan pengaruh yang cukup terhadap kinerja penjualan yang dibuktikan dari hasil koefisien determinasinya.
3. Orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan sama-sama berpengaruh terhadap kinerja penjualan. Hal tersebut menyatakan bahwa jika tingkat orientasi pasar yang baik disandingkan dengan orientasi kewirausahaan yang baik pula maka akan semakin tinggi kinerja penjualan yang dihasilkan. Hal ini dapat dilihat dalam penelitian bahwa variabel orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan bersama-sama mempunyai sumbangan pengaruh yang cukup kuat terhadap kinerja penjualan yang dibuktikan dari hasil koefisien determinasinya.
4. Dari kedua variabel orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja penjualan. Namun variabel yang memberikan sumbangan terbesar untuk kinerja penjualan adalah orientasi pasar. Hal ini dibuktikan dengan hasil koefisien determinasi.

## **Saran**

Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden UMKM pengrajin kulit Desa Sukaregang, Garut, yang ada pada bab 3, saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut:

1. Pelaku UMKM pengrajin kulit seharusnya mengetahui siapa saja yang menjadi pelanggannya sehingga mereka tahu produk apa yang disukai oleh pelanggannya, selanjutnya pelaku UMKM pengrajin kulit juga harus mengetahui pesaingnya masing-masing sehingga mereka bisa mengetahui strategi apa yang mereka gunakan untuk bisa terus bersaing. Kemudian pelaku UMKM pengrajin kulit harus menciptakan produk yang lebih unggul dari pesaingnya sehingga menjadi nilai tambah untuk menarik minat konsumen.
2. Untuk dapat meningkatkan jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh pelaku UMKM pengrajin kulit yaitu dengan menciptakan produk sesuai dengan perkembangan pasar agar produk tidak terkesan monoton dan bisa bersaing baik dengan pesaing dari dalam kota maupun dari luar kota seperti Bandung, D.I.Y Yogyakarta.
3. Untuk bisa meningkatkan kinerja penjualan UMKM, evaluasi merupakan hal yang sangat penting karena dengan melakukan evaluasi UMKM akan mengetahui apa saja yang masih kurang dalam usahanya baik dalam hal produk, pelayanan, keuangan maupun dalam proses produksi sehingga konsumen dapat puas dan cenderung melakukan pembelian ulang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Arsha, A.S., Rasli, A., Zain, Z.M. (2014). *The Impact of Entrepreneurial Orientation on Business Performance: A Study of Technology-based SMEs in Malaysia*. Procedia Social and Behavioral Sciences. p. 46-54.

Ferdinand, A.T. (2000). *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Narver, J.C & Slater, S.F (1990). *The Effect of Market Orientation on Product Innovation*. Journal of Marketing. p. 20-35.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

<http://bumn.go.id/jamkrindo/berita/0-KRITERIA-USAHA-MIKRO-KECIL-DAN-MENENGAH-MENURUT-UU-NO-20-TAHUN-2008-TENTANG-UMKM>, diakses pada tanggal 2 November 2017, pukul 19.45 WIB