

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN KNOWLEDGE  
MANAGEMENT TERHADAP KINERJA PEMASARAN  
(STUDI PADA KLASTER GITAR AMANAH KECAMATAN BAKI  
KABUPATEN SUKOHARJO)**

**Oxi Alvianto<sup>1</sup>, Agung Budiarmo<sup>2</sup>, Sri Suryoko<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Departemen Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia

<sup>1</sup>Email : [oxialvianto@gmail.com](mailto:oxialvianto@gmail.com)

**Abstract:** *In an effort to ensure business continuity, business organizations must be able to maintain marketing performance. The increasingly competitive and dynamic business competition climate conditions make efforts to maintain high-performing marketing performance not an easy task. In dealing with this situation, it is necessary to have entrepreneurial orientation behavior in business actors so that they can be proactive towards existing opportunities, be aggressive towards competition, dare to face all business risks, be innovative and also help in making decisions. In addition, business actors need to manage the existing knowledge management in their business so that the benefits for business organizations can be taken. This study aims to determine the effect of entrepreneurial orientation and knowledge management on marketing performance. The sample in this study amounted to 51 respondents with a sampling technique using census sampling. Data analysis method used regression analysis. The results of this study indicate that the variables of entrepreneurial orientation and knowledge management have a positive and significant effect on marketing performance. The Amanah guitar cluster, Baki District, Sukoharjo Regency, must increase the willingness to learn about business management, promote product advantages and provide purchase promos to attract buying interest, actively monitor the development of guitar tastes by looking at trends on social media, and following every bazaar. which exists. In addition, craftsmen need to explore more insights from years of experience in this industry, practice communicating by interacting with various parties, re-learn about all procedures and rules in making guitars, and also increase the reading level of craftsmen in order to be able to explore new insights about the industry.*

**Keywords:** *Entrepreneurial Orientation; Knowledge Management; Marketing Performance*

**Abstrak:** Dalam upaya menjamin keberlanjutan usaha, organisasi bisnis haruslah mampu mempertahankan kinerja pemasaran. Kondisi iklim persaingan usaha yang semakin kompetitif dan dinamis menjadikan upaya untuk menjaga kinerja pemasaran dalam performa tinggi bukanlah hal mudah. Dalam menghadapi situasi ini dibutuhkan adanya perilaku orientasi kewirausahaan dalam diri pelaku usaha agar dapat bersikap proaktif terhadap peluang yang ada, agresif terhadap persaingan, berani menghadapi segala resiko berbisnis, bersikap inovatif dan juga membantu dalam mengambil suatu keputusan. Selain itu pelaku usaha perlu mengelola *knowledge management* yang ada didalam usahanya untuk dapat diambil manfaatnya bagi organisasi bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan dan *knowledge management* terhadap kinerja pemasaran. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 51 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh. Metode analisis data dengan analisis regresi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan dan *knowledge management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Klaster gitar amanah Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo harus meningkatkan kemauan belajar akan manajemen bisnis, melakukan promosi kelebihan produk dan pemberian promo pembelian untuk menarik minat beli, aktif memantau perkembangan selera gitar dengan melihat tren yang ada di media sosial, serta mengikuti setiap bazar yang ada. Selain itu pengrajin perlu menggali lagi wawasan dari pengalaman selama bertahun-tahun berkecimpung dalam industri ini, berlatih berkomunikasi dengan berinteraksi kepada berbagai pihak, belajar kembali mengenai segala prosedur dan aturan dalam membuat gitar, dan juga meningkatkan tingkat baca pengrajin agar mampu menggali wawasan baru tentang industri ini.

**Kata Kunci:** Orientasi Kewirausahaan; Knowledge Management; Kinerja Pemasaran

## Pendahuluan

Pada masa sekarang ini Indonesia tergolong sebagai negara berkembang yang ada di dunia, meskipun begitu pada perayaan kemerdekaan ke-100 tahun, Indonesia menargetkan diri mencapai masa kejayaan dan menjadi negara maju. Ukuran negara maju salah satunya dapat dilihat dari kondisi ekonomi negara tersebut, dimana kemajuan negara akan berbanding lurus dengan kondisi ekonominya yang semakin baik. Salah satu ciri negara maju dapat dilihat pada jumlah wirausaha terhadap total penduduk, dimana negara maju salah satu syaratnya ialah memiliki wirausaha 4% dari total penduduk sedangkan saat ini Indonesia baru memiliki 3,45% wirausaha dari total penduduk. Maka dari itu pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UKM berencana menciptakan wirausaha baru melalui UMKM dengan merencanakan Peraturan Presiden (Perpres) mengenai kewirausahaan.

Kontribusi UMKM terhadap perekonomian negara cukup tinggi dengan menyediakan jumlah lapangan pekerjaan yang banyak. Dalam rentang waktu 2015-2016 UMKM memiliki daya serap tenaga kerja mencapai 116,63 juta. Peran UMKM bagi pertumbuhan ekonomi tidak hanya untuk pemerintah pusat melainkan juga daerah, salah satunya yaitu Kabupaten Sukoharjo. Sukoharjo terbilang memiliki jumlah UMKM yang cukup tinggi mencapai 19.804 dengan berbagai bidang UMKM. Salah satu UMKM terbesar yang ada di Kabupaten Sukoharjo ialah Gitar dengan kontribusi terhadap produk domestik regional bruto daerah mencapai 14,4 M. Dalam kurun waktu 2015-2020 jumlah pengrajin atau pelaku industri gitar yang tergabung dalam kluster Amanah Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo mengalami kondisi fluktuatif. Kondisi ini tentunya bukanlah kondisi ideal. Naik-turunnya jumlah pengrajin mengindikasikan kondisi UMKM gitar tidak stabil dan kurang mampu bersaing dipasar. Dalam kurun waktu 6 tahun kebelakang UMKM gitar mengalami penurunan dalam lima tahun berturut-turut. Penurunan yang terjadi dapat diindikasikan sebagai ketidakmampuan pelaku usaha gitar dalam menjaga kinerja pemasarannya sehingga penghasilan berkurang secara drastis dan menyebabkan industri gulung tikar.

Selain itu pada kurun waktu 2017-2021 menunjukkan volume penjualan unit gitar dan jumlah pembeli gitar mengalami penurunan yang cukup signifikan. Penurunan ini terjadi sejak 2019 hingga 2021, dimana penurunan terparah mencapai -64% dari keadaan biasanya. Adanya penurunan pada kedua hal tersebut tentunya berpengaruh terhadap laba yang diperoleh pengrajin yang tentunya ikut terkoreksi bahkan pendapatan pengrajin sempat turun hingga 66% dari keadaan biasanya. Dari data diatas dapat diketahui bahwa Kluster Gitar Amanah Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo mengalami masalah pada kinerja pemasarannya. Hal ini menimbulkan pertanyaan apakah penurunan kinerja pemasaran pada pengrajin gitar dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan pengrajin yang buruk sehingga usaha tidak dapat memasuki pasar atau *knowledge management* yang ada di lingkungan pengrajin rendah sehingga menyebabkan produk tidak dilirik bahkan tidak laku di pasar.

Kinerja pemasaran merupakan salah satu ciri kesehatan UMKM, dimana semakin baik kinerja pemasaran maka menunjukkan tingkat kesehatan UMKM semakin tinggi. Hal ini karena kinerja pemasaran mengidentifikasikan tingkat penjualan produk dari organisasi bisnis. Menurut (Ferdinand, 2000) kinerja pemasaran adalah suatu faktor yang peruntukannya menilai atau mengukur seberapa besar efek penerapan strategi yang dijalankan oleh entitas bisnis, dimana langkah strategis perusahaan selalu diarahkan agar mampu memperoleh kinerja pemasaran (seperti volume penjualan dan tingkat penjualan) yang baik serta menghasilkan kinerja keuangan yang sehat. Kinerja pemasaran mampu diukur atau dinilai melalui pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pelanggan, dan pertumbuhan laba sehingga dapat menggambarkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya. Terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kinerja pemasaran organisasi bisnis, yaitu dengan memiliki orientasi kewirausahaan dan *knowledge management* maka perusahaan akan mampu meningkatkan kinerjanya (Suryanita, 2006). Pendapat tersebut didukung melalui penelitian yang dilaksanakan oleh Firdaus (2018) yang mengatakan bahwasanya orientasi kewirausahaan dan *knowledge management* berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran.

*Entrepreneurial orientation* atau orientasi kewirausahaan dalam dunia bisnis merupakan salah satu kunci sukses dalam keberlanjutan usaha. Menurut Wilklund (2007) keberadaan orientasi kewirausahaan dalam usaha direncanakan untuk peningkatan kinerja dan perkembangan perusahaan. Keberadaan orientasi kewirausahaan dalam unit bisnis ditandai dengan bagaimana sikap manajer puncak dalam menjalankan bisnisnya yang ditandai dengan adanya kesadaran akan risiko yang ada, kemauan berubah, dan berinovasi agar mencapai keunggulan kompetitif dan mampu bersaing agresif dengan pesaingnya (Pramesti & Giantari, 2016). Adanya orientasi kewirausahaan dalam organisasi bisnis akan dapat meningkatkan kinerja pemasaran. Sebab, perusahaan memerlukan sifat agresif dalam bersaing, proaktif terhadap perubahan, dan keberanian mengambil resiko yang akan mendorong kinerja pemasaran yang optimal (Hatta, 2015). Pendapat ini didukung oleh Djayadinigrat et al., (2017) yang melakukan penelitian dan mendapatkan hasil bahwasanya orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran.

Selain itu kinerja pemasaran dapat dicapai melalui Knowledge Management (Suryanita, 2006). Manajemen pengetahuan atau knowledge management dapat didefinisikan sebagai pendekatan sistematis yang dapat digunakan dalam mengidentifikasi, mengelola, serta berbagi pengetahuan didalam organisasi (Sbaffoni, 2010). Mengelola knowledge merupakan cara organisasi dalam mengatur setiap sumber daya manusia milik organisasi dan mengatur waktu untuk penggunaan teknologi informasi (Pratama, 2020). Knowledge merupakan dasar penciptaan intellectual capital maka dari itu perlu dibangun dengan menggunakan pendekatan yang berfokus pada pengembangan sumber daya manusia. Proses menciptakan pengetahuan dalam organisasi akan berhasil jika terdapat interaksi antara tacit knowledge (pengetahuan internal yang ada pada diri karyawan) dan explicit knowledge (pengetahuan yang berada diluar diri karyawan) yang tercipta karena adanya proses sosialisasi, eksternalisasi, dan kombinasi serta internalisasi. Knowledge management dibutuhkan agar dapat mendukung dan mengembangkan praktik kerja dan kegiatan usaha supaya perusahaan dapat mencapai kinerja pemasaran yang unggul (Mughtar et al., 2019). Hal ini didukung oleh Firdaus (2018) melalui penelitiannya yang berhasil mengungkap adanya pengaruh positif knowledge management terhadap kinerja pemasaran.

## **Kajian Teori**

Pemasaran merupakan suatu proses keadaan masing-masing pribadi manusia maupun perkumpulan bisa mendapatkan kebutuhan yang diperlukan melalui mekanisme penciptaan, penawaran, dan secara bebas untuk saling menukarkan sebuah masing-masing jasa atau produk yang memiliki nilai kepada orang lain (Kotler dan Keller, 2014).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Didalam Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 mendeskripsikan UMKM yaitu Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha

patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Orientasi kewirausahaan merupakan orientasi yang dimiliki perusahaan yang dalam prinsipnya memiliki upaya mengidentifikasi dan mengeksploitasi kesempatan (Dess & Lumpkin, 2005). Indikator yang digunakan untuk mengukur orientasi kewirausahaan antara lain: (1) otonomi, (2) inovasi, (3) keberanian mengambil resiko, (4) proaktif, (5) agresif terhadap pesaing.

*Knowledge management* merupakan suatu pengetahuan yang terkumpul menjadi satu dan diperoleh dari sejumlah informasi terstruktur serta bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran manusia dalam melakukan sebuah keputusan (Tjakraatmadja, 2015). Indikator yang digunakan untuk mengukur *knowledge management* antara lain: (1) orang, (2) proses, (3) teknologi.

Kinerja pemasaran adalah adalah suatu faktor yang diperuntukkan untuk mengukur seberapa besar efek penerapan strategi yang diambil perusahaan. Langkah-langkah strategis yang dibuat entitas bisnis selalu bertujuan agar dapat meningkatkan volume serta tingkat pertumbuhan penjualan (kinerja pemasaran) agar selalu ditingkatkan terbaik serta diarahkan menuju kinerja keuangan yang baik (Ferdinand, 2000). Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja pemasaran antara lain: (1) pertumbuhan penjualan, (2) pertumbuhan pelanggan, (3) pertumbuhan laba.

**H1** : Diduga Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada Klaster Gitar Amanah di Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo.

**H2** : Diduga Knowledge Management berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada Klaster Gitar Amanah di Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo.

**H3** : Diduga Orientasi Kewirausahaan dan Knowledge Management berpengaruh terhadap Klaster Gitar Amanah di Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo.

## Metode

Tipe penelitian ini adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian eksplanatori yang digunakan ini akan menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti. Selain itu, juga akan menjelaskan variabel-variabel saling berhubungan melalui pengujian pada hipotesis yang sudah dirumuskan (Sugiyono, 2019). Pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui kuesioner dan wawancara. Variabel independen dalam penelitian ini adalah orientasi kewirausahaan dan *knowledge management* sedangkan variabel dependennya adalah kinerja pemasaran.

Populasi dalam penelitian ini yaitu 51 responden pengrajin gitar klaster amanah Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode sampling jenuh. Pada penelitian menggunakan analisis kuantitatif dengan melakukan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi sederhana dan berganda, signifikansi uji t dan uji F.

## Hasil dan Pembahasan

Hasil analisis menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap orientasi kewirausahaan, yang dapat diketahui dari persepsi responden mengenai orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh pengrajin gitar amanah Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden berpendapat orientasi kewirausahaan yang dimiliki pengrajin tergolong cukup baik (sebanyak 50,98% responden). Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa semakin baik orientasi kewirausahaan yang dimiliki pengrajin gitar klaster amanah Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo, maka akan semakin tinggi kinerja pemasaran pada klaster gitar amanah Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo dan begitupula sebaliknya jika

semakin rendah orientasi kewirausahaan yang dimiliki pengrajin gitar klaster amanah Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo, maka akan semakin rendah kinerja pemasarannya. Hasil uji tersebut juga diperkuat dengan hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan kontribusi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran sebesar 9% sedangkan sisanya sebesar 91% dijelaskan oleh variabel lain, selain orientasi kewirausahaan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Lumpkin dan Dess (2005) yaitu adanya orientasi kewirausahaan pada diri pemilik usaha dapat mengarahkan organisasi bisnisnya menuju kinerja yang lebih baik. Hal ini juga sesuai dengan penelitian Jayaningrum dan Sanawiri (2018) menyebutkan bahwasanya orientasi kewirausahaan berpengaruh positif pada kinerja pemasaran.

Kemudian hasil analisis yang telah dilakukan menyatakan bahwa *knowledge management* berpengaruh terhadap kinerja pemasaran, yang dapat diketahui dari persepsi responden mengenai *knowledge management* yang dimiliki oleh pengrajin gitar amanah Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden berpendapat *knowledge management* yang dimiliki pengrajin tergolong baik (sebanyak 47,06% responden). Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa *knowledge management* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa semakin baik *knowledge management* yang dimiliki pengrajin gitar klaster amanah Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo, maka akan semakin tinggi kinerja pemasaran pada klaster gitar amanah Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo dan begitupun sebaliknya jika semakin rendah *knowledge management* yang dimiliki pengrajin gitar klaster amanah Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo, maka akan semakin rendah kinerja pemasarannya. Hasil uji tersebut juga diperkuat dengan hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan kontribusi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran sebesar 55,69% sedangkan sisanya sebesar 44,31% dijelaskan oleh variabel lain, selain *knowledge management*. Hal ini sesuai dengan pernyataan Barney (1991) dalam penelitiannya yang menyatakan *knowledge management* hadir sebagai sumber bagi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Hal ini juga sesuai dengan penelitian Rofiaty Try Noviyanti, Angga Dwi Mulyanto (2015) yang dengan hasil penelitian menunjukkan hasil *knowledge management* berpengaruh positif pada kinerja pemasaran.

Selanjutnya adalah kinerja pemasaran. Pada penelitian ini dapat dijelaskan bahwa orientasi kewirausahaan dan *knowledge management* memiliki pengaruh terhadap kinerja pemasaran, yang dapat diketahui dari persepsi responden mengenai orientasi kewirausahaan dan *knowledge management* pada pengrajin gitar klaster amanah Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja pemasaran yang ada tergolong sangat rendah (sebanyak 82,35% responden). Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dan *knowledge management* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa semakin baik orientasi kewirausahaan dan *knowledge management* semakin baik kinerja pemasaran pada klaster gitar amanah Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo. Sebaliknya jika orientasi kewirausahaan dan *knowledge management* semakin buruk kinerja pemasarannya. Hasil uji tersebut juga diperkuat dari koefisien determinasi menunjukkan kontribusi orientasi kewirausahaan dan *knowledge management* terhadap kinerja pemasaran sebesar 15% sedangkan sisanya sebesar 85% dijelaskan variabel lain, selain dari orientasi kewirausahaan dan *knowledge management*. Hal ini sesuai dengan penelitian Firdaus (2018) mengungkapkan jika orientasi kewirausahaan dan *knowledge management* berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran.

## **Kesimpulan dan Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh variabel orientasi kewirausahaan dan *knowledge management* terhadap kinerja pemasaran, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu: Orientasi kewirausahaan pada pengrajin gitar klaster amanah

Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo tergolong cukup baik dan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan, lemah dan positif mempengaruhi kinerja pemasaran.

*Knowledge management* pada pengrajin gitar klaster amanah Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo tergolong baik dan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *knowledge management* berpengaruh signifikan, kuat dan positif mempengaruhi kinerja pemasaran.

Orientasi kewirausahaan dan *knowledge management* secara simultan dapat memberi pengaruh yang signifikan, kuat dan positif pada variabel kinerja pemasaran. Maka semakin baik variabel orientasi kewirausahaan dan *knowledge management* akan mendorong kinerja pemasaran pada klaster gitaramanah Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo.

Berlandaskan kesimpulan yang telah diperoleh pada penelitian kali ini, selanjutnya akan diajukan beberapa saran yang diberikan kepada pengrajin pertimbangan serta dalam peningkatan ataupun mempertahankan kinerja pemasaran pada klaster gitar amanah Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo sebagai berikut: Berdasarkan hasil rekaitulasi responden mengenai variabel orientasi kewirausahaan terdapat beberapa indikator dengan nilai yang berada dibawah rata-rata yaitu pertama, pengetahuan yang dimiliki pengrajin dalam bidang manajemen bisnis. Maka daripada itu pengrajin bisa meningkatkan pengetahuan manajemen bisnisnya dengan belajar melalui platform yang tersedia seperti membaca buku, website ataupun menonton video pembelajaran, mengikuti berbagai seminar ataupun mengadakan seminar khusus yang sesuai dengan keperluan pengrajin gitar. Kedua, ketidakberanian pengrajin untuk memberikan harga produk berbahan baku berkualitas dibawah pesaing serta ketiga yakni tidak adanya inisiatif pengrajin dalam memberikan promo pembelian produk untuk menarik minat beli konsumen. Oleh sebab itu, penulis memberikan saran agar pengrajin gitar melakukan promosi dan edukasi kepada pasar tentang keunggulan dari bahan baku dan juga produk gitar yang dimilikinya dibandingkan dengan pengrajin lain, sehingga meskipun harga yang ditawarkan tidak bisa dibawah pesaing dan tidak adanya promo pembelian, pelanggan akan tetap melakukan pembelian dengan melihat keunggulan yang dimiliki. Keempat, pengrajin tidak proaktif untuk dapat mengetahui selera pasar. Kondisi tersebut dapat disikapi pengrajin dengan aktif mengikuti perkembangan dunia musik khususnya yang berkaitan dengan alat musik gitar. Hadirnya trend yang sedang terjadi ditengah masyarakat akan banyak mempengaruhi konsumen sehingga dari hal tersebut pengrajin akan mengetahui akan selera konsumen gitar itu sendiri. Terakhir, ketidakberanian pengrajin dalam memanfaatkan setiap peluang yang tersedia. Dari hal tersebut pengrajin dapat maksimalkan dengan memanfaatkannya sekecil apapun peluang tersebut. Misalnya saja melalui pameran ataupun bazar, adanya kegiatan tersebut merupakan peluang yang bisa dimaksimalkan untuk memperkenalkan keberadaan pengrajin sehingga apabila konsumen memiliki keinginan untuk membeli gitar akan teringat pada pengrajin.

Berdasarkan hasil rekaitulasi responden mengenai variabel *knowledge management* terdapat beberapa indikator dengan nilai yang berada dibawah rata-rata yaitu pertama, kemampuan pengrajin gitar untuk pengetahuan tambahan dari pengalaman masa lalu dibidang pekerjaan yang sama. Maka dari itu pengrajin gitar perlu menggali lagi hal-hal yang diperoleh dari pengalaman masa yang kemudian dapat dicatat agar tidak lupa. Kedua, kemampuan pengrajin dalam berinteraksi dengan berbagai pihak terkait. Kondisi tersebut dapat diatasi dengan berlatih secara terus menerus terhadap gaya komunikasi pengrajin dan pemilihan bahasa dalam menjelaskan agar lebih mudah dipahami. Ketiga, kurang pahamnya pengrajin terhadap setiap aturan dan prosedur dalam membuat gitar. Oleh sebab itu perlu diadakanya pemahaman kepada pengrajin terkait aturan dan prosedur dalam pembuatan gitar yang benar serta perlu ditekankan pengimplentasiannya dalam lapangan. Terakhir, keenganan pengrajin dalam memanfaatkan informasi yang tersedia diinternet. Dari hal tersebut pengrajin menyarankan agar diadakanya penyuluhan pentingnya membaca dan mempelajari hal-hal baru baik agar menambah wawasan pengrajin dalam membuat gitar.

## Daftar Referensi

- Dess, G. G., & Lumpkin, G. T. (2005). The Role of Entrepreneurial Orientation in Stimulating Effective Corporate Entrepreneurship. *Academy of Management Perspectives*, 19(1), 147–156.
- Ferdinand, A. (2000). Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategy. *Research Paper Series*, 1.
- Hatta, I. H. (2015). Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*, 13(4), 654–660. <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/815>
- Muchtar, M. K., Miyasto, M., & Rahardja, E. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Knowledge Management, dan Strategi Kemitraan Terhadap Keunggulan Bersaing Serta Implikasinya Pada Kinerja Perusahaan (Studi Pada UMKM Kerajinan Logam Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali). *Jurnal Bisnis Strategi*, 27(2), 137. <https://doi.org/10.14710/jbs.27.2.137-149>
- Pratama, A. (2020). *Pengaruh Knowledge Management terhadap Kinerja Pemasaran pada PT FPS Indonesia*.  
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/164594/pengaruh-knowledge-management-terhadap-kinerja-pemasaran-pada-pt-fps-indonesia.html>
- Sbaffoni, M. (2010). Knowledge management basic approaches and definitions. *A Presesntation at International Atomic Energy Agency*.
- Suryanita, A. (2006). *Analisis pengaruh orientasi kewirausahaan dan kompetensi pengetahuan terhadap kapabilitas untuk meningkatkan kinerja pemasaran*. 1–97.
- Tjakraatmadja, J. (2015). *Mengapa Perlu “Boosting Business Results Through Knowledge Management”*.