

Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Olahan Ikan di Kecamatan Muncar, Kabupaten Banyuwangi

Rezha Alzhinnata Choirun Nisa^{1*}, Ahmad Izzudin², Tatit Diansari Reskiputri³

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Jember

Email: ^{1*}fachrezaalzinata@gmail.com ²izzuddin@unmuhjember.ac.id ³tatit.diansari@unmuhjember.ac.id

Diterima: Mei 2026 | Disetujui: Juni 2026 | Dipublikasikan: Juni 2026

Abstrak

UMKM olahan ikan di Kecamatan Muncar, Kabupaten Banyuwangi, menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat sehingga diperlukan strategi untuk meningkatkan kinerja usaha. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja UMKM olahan ikan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori. Data dikumpulkan melalui kuesioner terhadap 80 pelaku UMKM dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan karakteristik kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 64,4% variasi kinerja UMKM. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan pemahaman pasar, perilaku kewirausahaan, dan karakteristik kewirausahaan dapat mendorong peningkatan kinerja usaha. Hasil penelitian diharapkan menjadi masukan bagi pelaku usaha dan pemangku kebijakan dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM olahan ikan.

Kata kunci: Orientasi Pasar; Orientasi Kewirausahaan, Karakteristik Kewirausahaan, Kinerja UMKM, UMKM Olahan Ikan.

Abstract

Fish processing SMEs in Muncar District, Banyuwangi Regency, face increasing business competition, requiring strategies to improve their performance. This study aims to examine the effects of market orientation, entrepreneurial orientation, and entrepreneurial characteristics on SME performance. A quantitative approach with an explanatory design was employed. Data were collected from 80 fish processing SME owners through questionnaires and analyzed using multiple linear regression. The results show that market orientation, entrepreneurial orientation, and entrepreneurial characteristics significantly influence SME performance. The coefficient of determination indicates that these variables explain 64.4% of the variation in SME performance. The findings suggest that strengthening market responsiveness, entrepreneurial behavior, and entrepreneurial characteristics can improve business performance. This study provides insights for SME owners and policymakers in developing strategies to enhance the competitiveness and sustainability of fish processing SMEs.

Keywords : Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, Entrepreneurial Characteristics, SME Performance, Fish Processing SMEs.

PENDAHULUAN

Berbagai penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan karakteristik kewirausahaan merupakan faktor yang berperan dalam meningkatkan kinerja UMKM. Rahmasari (2021) serta Hidayat et al. (2023) menemukan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Penelitian Sunarya et al. (2024) juga menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan mampu meningkatkan kinerja usaha melalui kemampuan inovasi, sikap proaktif, dan keberanian dalam mengambil risiko. Sementara itu, Illahi et al. (2025) membuktikan bahwa karakteristik kewirausahaan berkontribusi terhadap keberhasilan usaha pada UMKM olahan ikan. Meskipun demikian, hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMKM masih menunjukkan adanya kesenjangan empiris (research gap). Sebagian besar penelitian terdahulu menguji orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan karakteristik kewirausahaan secara terpisah atau hanya mengombinasikan dua variabel dalam sektor usaha yang berbeda, seperti UMKM kuliner, perdagangan, maupun industri kreatif. Penelitian yang mengintegrasikan ketiga variabel tersebut dalam satu model penelitian masih relatif terbatas, khususnya pada UMKM olahan ikan yang memiliki karakteristik usaha berbeda karena sangat dipengaruhi oleh ketersediaan bahan baku, fluktuasi harga hasil perikanan, serta dinamika permintaan pasar.

Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu dilakukan pada wilayah perkotaan atau sentra UMKM secara umum, sedangkan penelitian yang secara khusus mengkaji UMKM olahan ikan di Kecamatan Muncar, Kabupaten Banyuwangi, masih sangat terbatas. Padahal, Kecamatan Muncar merupakan salah satu sentra perikanan terbesar di Indonesia yang memiliki karakteristik ekonomi, persaingan usaha, dan potensi pengembangan yang berbeda dengan daerah lainnya. Perbedaan karakteristik tersebut memungkinkan terjadinya variasi pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja UMKM sehingga diperlukan pengujian empiris pada konteks wilayah tersebut. Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan (novelty) dengan menguji secara simultan pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja UMKM olahan ikan di Kecamatan Muncar menggunakan perspektif Resource-Based View (RBV). Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor internal yang memengaruhi kinerja UMKM pada sektor pengolahan hasil perikanan serta memperkaya bukti empiris dalam pengembangan literatur manajemen usaha kecil dan kewirausahaan.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja UMKM olahan ikan di Kecamatan Muncar, Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini bersifat cross-sectional, di mana data dikumpulkan pada satu waktu melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang telah ditentukan. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun simultan antar variabel penelitian, sehingga dapat memberikan gambaran empiris mengenai hubungan sebab-akibat antar variabel berdasarkan kerangka teori Resource-Based View (RBV) yang digunakan sebagai dasar konseptual penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) olahan ikan yang berada di Kecamatan Muncar, Kabupaten Banyuwangi yang terdaftar maupun tidak terdaftar pada instansi terkait, dengan karakteristik usaha yang bergerak di bidang pengolahan hasil perikanan seperti ikan asin, petis ikan, ikan pindang, kerupuk ikan, dan produk olahan lainnya. Populasi ini dipilih karena Kecamatan Muncar merupakan salah satu sentra industri perikanan terbesar di Jawa Timur yang memiliki jumlah UMKM olahan ikan yang cukup banyak serta memiliki kontribusi penting terhadap perekonomian lokal.

Sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan teknik **purposive sampling**, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria sampel meliputi:

- (1) UMKM yang bergerak di bidang olahan ikan.
- (2) telah beroperasi minimal 1 tahun.
- (3) bersedia menjadi responden penelitian.

Berdasarkan kriteria tersebut, jumlah sampel yang memenuhi persyaratan penelitian sebanyak **80 pelaku UMKM olahan ikan** di Kecamatan Muncar, Kabupaten Banyuwangi. Jumlah tersebut dinilai telah memenuhi kebutuhan analisis regresi linier berganda sehingga mampu menghasilkan estimasi parameter yang memadai untuk menguji hipotesis penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa metode, yaitu kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Kuesioner merupakan teknik utama yang digunakan dengan menyebarkan daftar pertanyaan tertutup kepada responden UMKM olahan ikan di Kecamatan Muncar untuk memperoleh data mengenai orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, karakteristik kewirausahaan, dan kinerja UMKM yang diukur menggunakan skala Likert. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran langsung mengenai kondisi usaha, aktivitas produksi, serta perilaku pelaku UMKM di lapangan guna mendukung data yang diperoleh dari kuesioner. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder yang bersumber dari instansi terkait seperti Dinas Koperasi dan Perdagangan serta literatur pendukung lainnya yang relevan dengan penelitian ini, sehingga data yang diperoleh menjadi lebih lengkap dan komprehensif.

Metode Analisis

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan bantuan statistik inferensial, khususnya regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen yang terdiri dari orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan karakteristik kewirausahaan terhadap variabel dependen yaitu kinerja UMKM. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji instrumen yang meliputi uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kelayakan data, serta uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas guna memastikan model regresi memenuhi kriteria BLUE (Best Linear Unbiased Estimator) (Ghozali, 2021). Selanjutnya dilakukan uji t untuk mengetahui pengaruh secara parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh secara simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Dengan demikian, metode analisis ini diharapkan mampu memberikan hasil penelitian yang akurat, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

No	Variabel	R Hitung	Ketentuan	Kriteria
			R Tabel 5% (80-2 = 78)	
Orientasi Pasar (X1)				
1	X1.1	0,506	0.1852	Valid
2	X1.2	0,752	0.1852	Valid
3	X1.3	0,810	0.1852	Valid
Orientasi Kewirausahaan (X2)				
1	X2.1	0,418	0.1852	Valid
2	X2.2	0,518	0.1852	Valid
3	X2.3	0,604	0.1852	Valid
4	X2.4	0,550	0.1852	Valid
5	X2.5	0,448	0.1852	Valid
Karakteristik Kewirausahaan (X3)				
1	X3.1	0,526	0.1852	Valid
2	X3.2	0,636	0.1852	Valid
3	X3.3	0,521	0.1852	Valid
4	X3.4	0,620	0.1852	Valid
5	X3.5	0,493	0.1852	Valid
6	X3.6	0,660	0.1852	Valid
Kinerja UMKM (Y)				
1	Y1.1	0,743	0.1852	Valid
2	Y1.2	0,706	0.1852	Valid
3	Y1.3	0,519	0.1852	Valid
4	Y1.4	0,464	0.1852	Valid
5	Y1.5	0,631	0.1852	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 1. diketahui bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel sebesar 0,1852 ($df = 78$, $\alpha = 5\%$). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel Orientasi Pasar (X1), Orientasi Kewirausahaan (X2), Karakteristik Kewirausahaan (X3), dan Kinerja UMKM (Y) dinyatakan valid. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Ketentuan		Kriteria
	Cronbach's Alpha	Standar T Alpha	
Orientasi Pasar	0,774	0,6	Reliabel
Orientasi Kewirausahaan	0,654	0,6	Reliabel
Karakteristik Kewirausahaan	0,726	0,6	Reliabel
Kinerja	0,744	0,6	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 2. diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari standar yang ditetapkan yaitu 0,6. Variabel Orientasi Pasar memperoleh nilai

sebesar 0,774, Orientasi Kewirausahaan sebesar 0,654, Karakteristik Kewirausahaan sebesar 0,726, dan Kinerja sebesar 0,744. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel, sehingga instrumen penelitian dapat dipercaya dan konsisten untuk digunakan dalam analisis selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

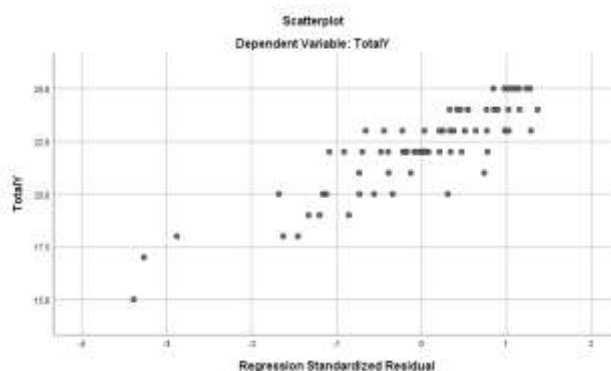
Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Standardized Residual
N			80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.98082889
Most Extreme Differences	Absolute		.121
	Positive		.082
	Negative		-.121
Test Statistic			.121
Asymp. Sig. (2-tailed)			.006 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.176 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.166
		Upper Bound	.185

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.9 menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,006, yang berarti $<0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara statistik data tidak berdistribusi normal. Namun demikian, hasil pengujian menggunakan pendekatan *Monte Carlo* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,176 dengan interval kepercayaan 99% berada pada rentang 0,166 hingga 0,185, yang lebih $>0,05$. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil uji *heteroskedastisitas* menggunakan grafik *scatterplot*, terlihat bahwa titik-titik data menyebar di sekitar sumbu dan tidak membentuk pola tertentu, seperti pola bergelombang, melebar, maupun menyempit secara teratur. Penyebaran titik-titik juga tampak terjadi secara acak sehingga menunjukkan bahwa varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya relatif konstan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala *heteroskedastisitas*.

Analisis Regresi Linear Berganda**Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.176	1.327		7.669	.000
	TotalX1	-.192	.053	-.259	-3.617	.001
	TotalX2	.349	.056	.487	6.273	.000
	TotalX3	.261	.046	.461	5.712	.000

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel coefficients, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 10.176 - 0.192X_1 + 0.349X_2 + 0.261X_3 + e$$

Berdasarkan Tabel 5. persamaan tersebut, nilai konstanta sebesar 10,176 menunjukkan bahwa Kinerja UMKM bernilai 10,176 ketika Orientasi Pasar (X_1), Orientasi Kewirausahaan (X_2), dan Karakteristik Kewirausahaan (X_3) dianggap konstan. Koefisien regresi Orientasi Pasar (X_1) sebesar -0,192 dengan nilai signifikansi 0,001 ($<0,05$), yang berarti Orientasi Pasar berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM. Setiap peningkatan 1 satuan Orientasi Pasar akan menurunkan Kinerja UMKM sebesar 0,192 satuan. Koefisien regresi Orientasi Kewirausahaan (X_2) sebesar 0,349 dengan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$), yang berarti Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM. Setiap peningkatan 1 satuan Orientasi Kewirausahaan akan meningkatkan Kinerja UMKM sebesar 0,349 satuan. Koefisien regresi Karakteristik Kewirausahaan (X_3) sebesar 0,261 dengan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$), yang berarti Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM. Setiap peningkatan 1 satuan Karakteristik Kewirausahaan akan meningkatkan Kinerja UMKM sebesar 0,261 satuan.

Uji t (Uji Parsial)**Tabel 6. Hasil Uji t (Uji Parsial)**

Variabel	T Hitung	T Tabel (0,05;76)	Nilai Signifikansi	Sig <5%
Orientasi Pasar	3.617	1.66462	0.001	0,05
Orientasi Kewirausahaan	6.273	1.66462	0.000	0,05
Karakteristik Kewirausahaan	5.712	1.66462	0.000	0,05

Berdasarkan Tabel 6, Hasil Uji Parsial (Uji t) menunjukkan bahwa seluruh variable berpengaruh signifikan terhadap variable Kinerja UMKM. Variabel orientasi pasar memiliki nilai *t*hitung sebesar 3,617, sedangkan nilai *t*tabel sebesar 1,66462. Karena nilai *t*hitung lebih besar daripada *t*tabel ($3,617 > 1,66462$) dan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), maka H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Variabel orientasi kewirausahaan memiliki nilai *t*hitung sebesar 6,273 dan nilai *t*tabel sebesar 1,66462. Karena nilai *t*hitung lebih besar dari *t*tabel ($6,273 > 1,66462$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Variabel karakteristik kewirausahaan memiliki nilai *t*hitung sebesar 5,712 dan nilai *t*tabel sebesar 1,66462. Karena nilai *t*hitung lebih besar dari *t*tabel ($5,712 > 1,66462$)

dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi R^2

Tabel 7. Uji Koefisien R^2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.802 ^a	.644	.630	.724	.644	45.820	3	76	.000
a. Predictors: (Constant), TotalX3, X1, TotalX2									

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai $RSquare$ sebesar 0,644 atau 64,4%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan karakteristik kewirausahaan mampu menjelaskan pengaruh terhadap variabel dependen sebesar 64,4%, sedangkan sisanya sebesar 35,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kemampuan yang cukup kuat dalam menjelaskan hubungan antar variabel penelitian. Faktor – Faktor tersebut antara lain inovasi produk, kompetensi sumber daya manusia, kemampuan manajerial, kualitas produk, digitalisasi pemasaran, akses permodalan, keunggulan bersaing, jaringan bisnis, serta dukungan pemerintah terhadap pengembangan UMKM. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukan variabel-variabel tersebut agar mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMKM.

PEMBAHASAN

Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM Olahan Ikan di Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel orientasi pasar memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,192 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Namun demikian, arah pengaruh yang ditunjukkan adalah negatif, sehingga hipotesis yang menyatakan orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM tidak dapat diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan orientasi pasar yang dilakukan oleh pelaku UMKM olahan ikan di Kecamatan Muncar belum mampu meningkatkan kinerja usaha secara optimal. Kondisi tersebut dapat terjadi karena pelaku UMKM lebih banyak berfokus pada pemenuhan kebutuhan pelanggan dan mengikuti kondisi pasar, namun belum diimbangi dengan kemampuan inovasi, pengembangan produk, maupun strategi pemasaran yang efektif. Akibatnya, orientasi pasar yang tinggi justru dapat meningkatkan biaya operasional, biaya promosi, maupun biaya penyesuaian produk yang tidak sebanding dengan peningkatan pendapatan usaha.

Menurut teori orientasi pasar yang dikemukakan oleh Narver dan Slater (1990), orientasi pasar merupakan budaya organisasi yang menempatkan pelanggan sebagai fokus utama melalui orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi antar fungsi. Perusahaan yang mampu memahami kebutuhan pelanggan dan kondisi pasar secara tepat akan memperoleh keunggulan kompetitif yang berdampak pada peningkatan kinerja usaha. Namun, dalam konteks UMKM olahan ikan di Kecamatan Muncar, penerapan orientasi pasar belum sepenuhnya mampu menghasilkan nilai tambah yang

berdampak langsung terhadap peningkatan kinerja.

Ditinjau dari teori perspektif Resource-Based View (RBV) yang digunakan dalam penelitian ini, orientasi pasar merupakan sumber daya berbasis pengetahuan (*knowledge-based resource*) yang dapat meningkatkan kinerja apabila mampu dikelola secara efektif. Akan tetapi, apabila informasi pasar yang diperoleh tidak mampu diterjemahkan menjadi strategi bisnis yang tepat, maka sumber daya tersebut tidak akan memberikan keunggulan kompetitif yang optimal. Dengan demikian, orientasi pasar yang dimiliki pelaku UMKM belum sepenuhnya dapat dikonversi menjadi peningkatan kinerja usaha.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Vina (2020) yang menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Temuan ini juga berbeda dengan penelitian Imantoro (2024) dan Sukma (2025) yang membuktikan bahwa orientasi pasar mampu meningkatkan kinerja usaha secara signifikan. Perbedaan hasil tersebut diduga disebabkan oleh karakteristik responden, kondisi pasar, dan karakteristik usaha yang berbeda, khususnya pada UMKM olahan ikan di Kecamatan Muncar yang masih menghadapi berbagai keterbatasan dalam pengelolaan usaha dan pemasaran.

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM Olahan Ikan di Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi

Hasil pengujian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,349 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM Olahan Ikan di Muncar Kabupaten Banyuwangi, dengan demikian, hipotesis kedua diterima.

Menurut Lumpkin dan Dess (1996), orientasi kewirausahaan merupakan proses, praktik, dan aktivitas pengambilan keputusan yang mendorong individu atau organisasi untuk bertindak inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko dalam menghadapi persaingan bisnis. Pelaku UMKM yang memiliki orientasi kewirausahaan tinggi cenderung lebih cepat merespons perubahan pasar, menciptakan inovasi produk, dan memanfaatkan peluang usaha yang tersedia. Berdasarkan teori Resource-Based View (RBV), orientasi kewirausahaan merupakan salah satu *strategic resource* yang sulit ditiru oleh pesaing dan dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif berkelanjutan. Kemampuan pelaku UMKM dalam mengembangkan inovasi, mengambil keputusan strategis, dan memanfaatkan peluang usaha merupakan aset tidak berwujud yang sangat berharga dalam meningkatkan kinerja usaha. Oleh karena itu, semakin baik orientasi kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha, maka semakin tinggi pula kemampuan UMKM dalam mencapai kinerja yang optimal.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Sunarya et al. (2024) yang menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Imantoro (2024), Salehe et al. (2024), Sukma (2025), dan Rahayu et al. (2025) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kinerja UMKM. Dengan demikian, orientasi kewirausahaan terbukti menjadi salah satu faktor dominan yang menentukan keberhasilan UMKM olahan ikan di Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi.

Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM Olahan Ikan di Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kewirausahaan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,261 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM olahan ikan di Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi. Dengan demikian, hipotesis ketiga diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik karakteristik kewirausahaan yang dimiliki pelaku UMKM, maka semakin tinggi pula kinerja usaha yang dicapai. Karakteristik kewirausahaan yang meliputi kepercayaan

diri, orientasi pada tugas dan hasil, keberanian mengambil risiko, kepemimpinan, kreativitas, inovasi, dan orientasi masa depan mampu membantu pelaku usaha dalam mengelola bisnis secara lebih efektif dan efisien. Menurut Zimmerer dan Scarborough (2008), karakteristik kewirausahaan merupakan seperangkat sifat dan perilaku yang membedakan seorang wirausaha dengan individu lainnya. Karakteristik tersebut berperan penting dalam menentukan kemampuan seseorang dalam mengidentifikasi peluang, mengelola sumber daya, menghadapi tantangan, serta mengembangkan usaha secara berkelanjutan.

Dalam perspektif *Resource-Based View* (RBV), karakteristik kewirausahaan termasuk ke dalam *human capital* yang menjadi sumber daya strategis organisasi. Pengetahuan, pengalaman, kreativitas, motivasi, serta kemampuan manajerial yang dimiliki pelaku UMKM merupakan aset tidak berwujud yang dapat meningkatkan daya saing dan kinerja usaha. Oleh karena itu, semakin kuat karakteristik kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha, maka semakin besar peluang UMKM untuk berkembang dan mencapai keberhasilan usaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Syarif et al. (2022) yang menemukan bahwa karakteristik kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha mikro dan kecil. Temuan ini juga mendukung penelitian Rolesya (2023), Alizar dan Mariyanti (2024), serta Illahi et al. (2025) yang menyatakan bahwa karakteristik kewirausahaan merupakan faktor penting yang mampu meningkatkan kinerja dan keberhasilan usaha. Dengan demikian, karakteristik kewirausahaan menjadi salah satu modal utama yang harus dimiliki oleh pelaku UMKM olahan ikan dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat. Berdasarkan hasil penelitian, variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kinerja UMKM Adalah Orientasi Kewirausahaan ($\beta = 0,487$), diikuti oleh karakteristik kewirausahaan ($\beta = 0,461$), dan Orientasi Pasar ($\beta = -0,259$). Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan inovasi, keberanian mengambil risiko, dan sikap proaktif pelaku usaha merupakan factor yang paling menentukan dalam meningkatkan Kinerja UMKM Olahan Ikan di Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja UMKM olahan ikan di Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi, dapat disimpulkan bahwa variabel orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM olahan ikan di Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi. Dapat disimpulkan bahwa orinetasi pasar berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja UMKM olahan ikan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan orientasi pasar yang dilakukan pelaku UMKM belum mampu secara langsung meningkatkan kinerja usaha. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa pemahaman terhadap kebutuhan pasar perlu diimbangi dengan kemampuan nmengimplementasikan informasi pasar ke dalam strategi bisnis yang efektif sehingga dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja usaha.

Selanjutnya, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM olahan ikan. Karakteristik seperti kepercayaan diri, kreativitas, kepemimpinan, tanggung jawab, dan orientasi pada masa depan mampu mendukung pelaku usahan dalam mengelola dan mengembangkan usahanya sehingga berdampak pada peningkatan kinerja UMKM.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dan karakteristik kewirausahaan merupakan faktor yang berkontribusi positif terhadap peningkatan kinerja UMKM olahan ikan, sedangkan orientasi pasar lebih efektif agar informasi pasar yang diperoleh dapat diubah menjadi strategi yang mampu meningkatkan daya saing dan kinerja usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tulis mereka yang membantu dalam penelitian, terutama mendanai pendukung penelitian Anda. Sertakan individu yang telah membantu Anda dalam studi Anda: Penasihat, Pendukung keuangan, atau mungkin pendukung lain yaitu Proof reader, Pengetik, dan Pemasok yang mungkin telah memberikan materi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. Z., Rahayu, S. M., Pamungkas, M. G. W. E. N., Handayani, S. R., & Utami, R. B. (2022). Pengetahuan Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Digitalisasi, dan Kompetensi Kewirausahaan: Bukti dari UMKM di Indonesia. *Journal of Economics, Finance and Accounting Studies*, 4(2), 91–103. <https://doi.org/10.32996/jefas.2022.4.2.8>
- Alizar, S. N., & Mariyanti, E. (2024). pengaruh karakteristik wirausaha dan kompetensi sumber daya manusia terhadap kinerja UMKM di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 3(2), 232–238. <https://doi.org/10.47233/jemb.v3i2.2047> Barney (1991).pdf. (n.d.).
- Barney, J., Wright, M., & Ketchen, D. J. (2001). The resource-based view of the firm: Ten years after 1991. *Journal of Management*, 27(6), 625–641. [https://doi.org/10.1016/S0149-2063\(01\)00114-3](https://doi.org/10.1016/S0149-2063(01)00114-3)
- Darwis, H., & Utama, L. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha. *Sketsa Bisnis*, 6(1), 22–34. <https://doi.org/10.35891/jsb.v6i1.1580>
- Ghozali Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 26. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Illahi, D. S. R., Santoso, B., & Reskiputri, T. D. (2025). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Motivasi, Pengalaman, Kemampuan Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM Olahan Ikan di Pesisir Dusun Watu Ulo, Desa Sumberejo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(3), 248–262. <https://doi.org/10.55606/jimak.v4i3.4800>
- Imantoro, J., Septianai, A., & Sari, I. P. (2024). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha UMKM Kuliner (Studi Pada UMKM Kuliner Di Wilayah Iringmulyo Kota Metro). *Sports Culture*, 15(1), 72–86. <https://doi.org/10.25130/sc.24.1.6.kabupaten-banyuwangi-dalam-angka-2022>. (n.d.).
- Ranti, L. R., A. Ramadhani, F., & Simarmata, R. (2024). Karakteristik Kewirausahaan. *Guruku: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 2(2), 248–256. <https://doi.org/10.59061/guruku.v2i2.665>
- Salehe, M. A., Sesabo, J. K., Isaga, N., & Mkuna, E. (2024). Orientasi Kewirausahaan Individu dan Kinerja Perusahaan: Peran Mediasi Praktik Kewirausahaan Berkelanjutan. *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, 3(3). <https://doi.org/10.1016/j.stae.2024.100079>
- Sugiyono. (2023). *Metode Kuantitatif Kualitatif*.
- Sujarweni, V. W. (2014). Metodologi Penelitian. *SSRN Electronic Journal*, 2014(3), 1–9. http://publicacoes.cardiol.br/portal/ijcs/portugues/2018/v3103/pdf/3103009.pdf%0Ahttp://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-75772018000200067&lng=en&tlng=en&SID=5BQIj3a2MLaWUV4OizE%0Ahttp://scielo.iec.pa.gov.br/scielo.php?script=sci_
- Sunarya, E., Norisanti, N., Sosial, F. I., & Sukabumi, U. M. (2024). *ANALISIS ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN MELALUI*

KEUNGGULAN BERSAING. 7.

- Syarif, A., Malinda SB, I., Imastary Tan, M., & Marsyaf, A. (2022). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Mikro Dan Kecil Melalui Penerapan Manajemen Usaha Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(01), 234–242. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.17377>
- Taiwo, S., Feyisayo, E., & Dayo, S. (2023). *Pengaruh Inisiatif Kewirausahaan terhadap Produksi Perikanan dan Kinerja UMKM*. 2(2), 1–33. www.harvardpublications.com
- Vina, E. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Umkm Sektor Makanan Dan Minuman. *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS*, 7(2), 192–200. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v7i2.1675>
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). *The effect of a market orientation on business profitability*. *Journal of Marketing*, 54(4), 20–35.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). *Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance*. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). *Essentials of entrepreneurship and small business management* (5th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Meredith, J. R., Nelson, R., & Neck, H. (2002). *The entrepreneur and small business management*. McGraw-Hill.
- Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. (1990). *Market orientation: The construct, research propositions, and managerial implications*. *Journal of Marketing*, 54(2), 1–18.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). *Strategic management of small firms in hostile and benign environments*. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75–87.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.).
- Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Tambunan, T. (2012). *Kewirausahaan dan pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia*. LP3ES.