BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pembangunan ekonomi Indonesia tidak terlepas dari peranan pemerintah dan lembaga-lembaga sektor keuangan serta pelaku-pelaku usaha. Pemerintah sebagai pengatur kebijakan diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi dunia usaha, sehingga lembaga keuangan baik perbankan maupun nonperbankan serta pelaku usaha di lapangan mampu memanfaatkan kebijakan dan melaksanakan kegiatan usaha dengan lancar, sehingga dapat mendorong pembangunan ekonomi. Salah satu pelaku usaha yang memiliki eksistensi penting dalam kebijakan di negeri ini adalah Industri Kecil dan Menengah (IKM). Padahal jika kita pahami lebih dalam, peran IKM bukanlah sekedar pendukung dalam kontribusi ekonomi nasional. IKM dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis. Kondisi tersebut dapat dilihat dari berbagai data empiris yang mendukung bahwa eksistensi IKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia.

Sebagai sebuah organisasi bisnis yang bersifat mandiri, UKM mempunyai peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara (Husband dan Purnendu, 1999; Mahemba, 2003; Tambunan, 2005). Disamping itu, UKM mempunyai kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja (Tambunan, 2005). Studi empirik menunjukkan bahwa UKM pada skala internasional merupakan sumber penciptaan lapangan pekerjaan (Olomi, 1999; Westhead dan Cowling, 1995). Kontribusi UKM terhadap penyerapan tenaga kerja, baik di

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

negara maju maupun negara berkembang, termasuk Indonesia, mempunyai peranan yang signifikan dalam penanggulangan masalah pengangguran.

Meskipun demikian, potensi yang dimiliki oleh UKM tidak diimbangi dengan kemampuan untuk bersaing. Tambunan (2008) mengungkapkan suatu fakta bahwa daya saing yang rendah dari UKM menyebabkan kelompok ini mengalami kesulitan dalam meningkatkan outputnya. Beberapa peneliti menjelaskan bahwa ketidakmampuan UKM dalam meningkatkan daya saing disebabkan karena UKM memiliki berbagai keterbatasan, seperti kurangnya kemampuan untuk beradaptasi dengan lingkungan, kurang cekatan dalam peluang-peluang usaha, kurangnya kreativitas dan inovasi dalam mengantisipasi berbagai tantangan lingkungan. Disamping itu, secara internal UKM kurang mempunyai kemampuan manajerial dan keterampilan dan kurangnya permodalan dan pasar. Disatu sisi, kajian literatur menjelaskan bahwa terdapat tiga aspek kunci yang akan menentukan daya saing dan dapat berdampak pada kinerja perusahaan, yaitu faktor lingkungan internal perusahaan, lingkungan eksternal dan wirausaha. Hasil studi yang dilakukan oleh Hadiyati (2008) yang menyatakan bahwa faktor-faktor lingkungan yang dibedakan dalam faktor internal dan eksternal baik langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap strategi daya saing. Oleh karena itu, daya saing sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam menerapkan orientasi kewirausahaan kedalam aktivitas strategi yang akan menentukan tujuan dan penciptaan kinerja secara superior (Hui Li, et al., 2009). Ketika UKM mampu menerapkan orientasi kewirausahaan dan inovasi,

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

maka mereka harus mampu menyusun strategi bisnis agar dapat digunakan sebagai alat untuk menghadapi persaingan.

Strategi yang tepat sangat diperlukan bagi pengusaha UKM, mengingat dalam mengembangkan usahanya dituntut kemampuan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan bisnisnya. Penentuan strategi bisnis yang baik akan berdampak pada pencapaian kinerja yang superior. Beberapa hasil studi empiris menunjukkan bahwa strategi bisnis akan mampu menghasilkan kinerja bagi perusahaan (seperti, Ritter dan Gemùnden, 2004; Hankinson, 2000).

Salah satu kunci keberhasilan dari perencanaan stratejik adalah pada pemilihan pasar dan penentuan bagaimana berkompetisi di tengah persaingan yang ada (Hooley, Moller dan Broderick, 1998; Sashi dan Stern 1995). Letak dari persaingan adalah diferensiasi produk dan jasa dalam pasar yang terpilih bagi para pesaing mereka. Mengacu pada ide Porter (2011) mengenai keunggulan bersaing dapat dicapai melalui bermacam strategi salah satunya dengan strategi bisnis baik itu *cost leadership, differentiation* maupun *focus.*

Perkembangan dunia usaha dalam bidang perusahaan industri yang berubah dengan cepat dan metode perencanaan strategis yang memberikan perhatian besar dalam mengantisipasi berbagai perubahan yang terjadi di masa depan, maka penerapan perencanaan strategis merupakan suatu kebutuhan yang mendesak dan harus dilaksanakan semaksimal mungkin, mengingat lingkungan juga selalu berubah dan masa depan kian sulit diprediksikan (Basri,2005).

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

Beberapa penelitian mengenai perencanaan stratejik (Amstrong, 1982) serta adanya teori yang dikemukakan (Hax and Majluf, 1991; Higgins and Vienze, 1993; Pearce and Robinson, 2009) bahwa proses perencanaan stratejik terdiri dari 3 komponen yaitu (1) formulasi, dimana terdiri dari pengembangan misi, penentuan tujuan, penilaian lingkungan internal dan eksternal serta evaluasi dan penyeleksian alternatif strategi, (2) implementasi, (3) pengawasan/kontrol. Adapun fokus utama dari kegiatan perencanaan stratejik dalam perusahaan dapat dilihat dari komponen-komponen diatas.

Anderson (1982), melalui kertas kerjanya menerangkan tentang hubungan antara perkembangan usaha kecil dan menengah dengan laju pertumbuhan atau tingkat pengembangan ekonomi suatu wilayah yang kemudian dikenal dengan sebutan ”*stage theory*”. Menurut Anderson (1982) teori tersebut menjelaskan bahwa :

a. Negara yang tingkat ekonominya masih terbelakang, tingkat pendapatan riil per kapita rendah pada industri rumah tangga tersebut sangat dominan (berdasar tingkat penyerapan tenaga kerja)
b. Pada negara yang sudah maju tingkat pembangunan ekonominya, tingkat pendapatan riil per kapita tinggi pada industri kecil dan terutama industri skala menengah besar lebih dominan.

Anderson (1982) juga menyebutkan bahwa struktur industri kecil semakin berubah dengan berkembangnya suatu wilayah, dimana industri kecil yang membuat barang-barang lebih modern (alat elektronik, komponen mesin dan auto mobil) lebih banyak dibandingkan dengan industri kecil yang memproduksi

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

barang-barang tradisional (alat pertanian sederhana, sepatu dan alat rumah tangga dari kayu dan logam).

Sisi lain yang masih memerlukan pemikiran secara mendasar bagi pengembangan usaha kecil menengah adalah rendahnya mobilitas transformasi struktural dan kultural. Struktur usaha kecil menengah secara umum masih berbentuk kerucut dalam arti besar di bagian bawah dan keatas semakin mengecil jumlahnya. Perkembangan di masa mendatang diharapkan struktur itu akan berubah menjadi bentuk melon dalam arti besar di tengah dan kecil diatas cenderung proposional.

Gejala semacam itu antara lain disebabkan oleh faktor kognitif dan keterampilan (*skill*) yang relatif masih rendah dan juga sikap mental para pengusaha kecil dan menengah yang belum menemukan jati dirinya sebagai layaknya lembaga ekonomi yang lain. Kemampuan manajerial yang relatif terbatas dan struktur organisasi dan kewenangan yang terpusat pada satu orang serta wawasan pengembangan bisnis yang masih temporal atau jangka pendek menyebabkan pengusaha kecil dan menengah sulit timbul cepat dan kondisi dalam dunia persaingan bisnis semakin ketat.

Hartanto (1999) mengemukakan, bahwa gejolak yang dihadapi dunia bisnis ini bukan saja terjadi karena perubahan pada lingkungan eksternalnya, tetapi juga konsekuensi dari perkembangan dan perubahan internalnya dari masing-masing perusahaan tersebut. Perubahan pada lingkungan eksternal biasanya berkisar pada perkembangan atas kebutuhan masyarakat, pelanggan, perubahan tatanan ekonomi, perubahan demografi, perubahan mobilitas sosial dan

geografik. Sebaliknya perubahan dalam lingkungan internal perusahaan timbul karena dua kekuatan yaitu (1) kesadaran baru manajemen tentang respons stratejik yang perlu mereka ambil untuk menghadapi perubahan yang terjadi di lingkungan eksternalnya atau dinamakan perubahan strategi dan (2) timbul dari pendewasaan perusahaan.

Faktor lingkungan berperan penting bagi perusahaan terutama dalam pemilihan arah dan formulasi strategi perusahaan. Adanya perubahan dalam lingkungan baik internal ataupun eksternal menuntut kapabilitas perusahaan untuk dapat beradaptasi dengan perubahan tersebut agar kelangsungan hidup (*survival)* perusahaan tetap bertahan. Sementara itu perencanaan merupakan suatu alat untuk melakukan adaptasi dan juga merupakan faktor penentu bagi kinerja perusahaan sehingga diharapkan menciptakan keunggulan bersaing.

Selain dengan terciptanya keunggulan bersaing kinerja perusahaan juga dapat dilihat dari nilai produksi perusahaan tersebut. Untuk itu dalam penelitian ini untuk melihat keterkaitan kinerja terhadap orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan orientasi pembelajaran akan ditinjau dari nilai produksi pada perusahaan IKM yang ada di Tanah Datar dalam lima tahun terakhir.

Dari uraian diatas penulis bermaksud untuk mengkaji mengenai pengaruh kinerja IKM (Industri Kecil dan Menengah) tehadap orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan orientasi pembelajaran di Tanah Datar. Dalam hal ini penulis akan melihat perkembangan Indutri Kecil dan Menengah yang ada di Tanah Datar khususnya pada industri makanan dan industri kreatif yang potensial di Tanah Datar. Berikut gambaran potensinya dalam lima tahun terakhir:

Tabel 1.1.
Perkembangan Data Industri Kecil dan Menengah (IKM)
Berdasarkan Nilai Produksi
Tahun 2012 - 2016

(Rp.000)

No	IKM	Tahun				
		2012	2013	2014	2015	2016
1	Industri Pangan	39,128,329	769,127,164	957,665,703	957.665.703	351,722,591
2	Industri Sandang dan Kulit	21,173,610	105,595,310	106,105,310	106.105.310	126,922,310
3	Industri Kerajinan	1,773,345	1,773,345	1,773,345	1.773.345	2,013,105
Total		62,075,284	876,495,819	1,065,544,358	1,065,544,358	480,658,006

Sumber: Data dari Dinas Koperindagpastam Tanah Datar

Dari data diatas terlihat ada indikasi, dimana ada masalah dalam pertumbuhan pada industri pangan, menurun drastis pada 2016. Sebetulnya pada industri pangan persentasenya lebih besar dari industri lainnya.

Dalam menghadapi berbagai persaingan bisnis dimana pasar yang dihadapi juga semakin beragam, dalam meghasilkan produk IKM harus memiliki produk yang benar-benar diminati oleh pasar yaitu berorientasi pasar dan juga harus selalu melakukan inovasi-inovasi sesuai dengan keadaan lingkungan yang selalu cenderung berubah-ubah. Dan untuk pelaku IKM sendiri diharapkan mampu mengembangkan jiwa kewirausahaannya dimana mereka tidak hanya menghasilkan produk yang berinovasi saja. Karena jiwa kewirausahaan seorang pelaku usaha juga menentukan perkembangan usaha bisnis yang dilakukan oleh pelaku IKM tersebut.

Jenis IKM salah satunya bergerak dalam industri kreatif. Kementrian Perdagangan Indonesia menyatakan bahwa industri kreatif adalah “industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk

menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut". (Wikipedia, 2013). Kementrian Perdagangan Republik Indonesia mengelompokkan industri kreatif : (periklanan), (2) arsitektur, (3) pasar seni dan barang antic, (4) kerajinan, (5) desain, (6) Fesyen, (7) video, film dan fotografi, (8) permainan interaktif, (9) musik, (10) seni pertunjukkan, (11) penerbitan dan percetakan, (12) layanan computer dan piranti lunak, (13) televise dan radio, (14) riset dan pengembangan (Wikipedia, 2013).

Industri kreatif pada umunya digerakkan oleh tiga unsur utama seperti kreativitas, inovasi dan kewirausahaan. Di Tanah Datar sektor kerajinan pada umunya merupakan usaha yang berskala kecil dan menengah (IKM). Dinas Koperindagpastam Tanah datar mengklasifikasikan bordir/ sulaman, dan kerajinan lainnya serta yang bergerak dalam usaha makanan sebagai usaha industri. Cabang industri tersebut dikelompokkan kedalam sektor industri kreatif yaitu "kerajinan".

Industri kreatif yang bergerak dalam industry bordir/ sulaman, dan kerajinan lainnya serta yang bergerak dalam usaha makanan sangat memegang peranan penting dalam proses inovasi dan kreativitas serta minat konsumen. Dalam memenangkan persaingan tentunya ketiga hal tersebut harus dimiliki oleh pelaku-pelaku usaha IKM. Menghasilkan produk yang selalu mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan serta memiliki daya kreativitas dalam menangkap berbagai peluang yang ada yang semuanya terorganisasi menjadi sebuah proses bagaimana IKM dapat mengenal pasar dan pelanggannya. Pada akhirnya akan menghasilkan kinerja yang baik bagi IKM. Jika kinerja IKM

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

semakin meningkat tentunya akan berdampak pada meningkatnya daya saing IKM.

Berdasarkan UU No. 20 tahun 2008 Pasal 4 (Republik Indonesia, 2008), Prinsip Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yaitu: a. penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk berkarya dengan prakarsa sendiri; b. perwujudan kebijakan public yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan; c. pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah; d. peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah; dan e. penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu. Berdasarkan UU diatas disebutkan bahwa pertumbuhan kewirausahaan dan pengembangan usaha berorientasi pasar diperlukan dalam prinsip pemberdayaan IKM. Untuk itu diperlukan IKM yang berorientasi pasar (*Market Orientation*) selanjutnya akan disingkat dengan MO dan berorientasi kewirausahaan (*Enterpreneurial Orientation*) selanjutnya akan disingkat dengan EO guna meningkatkan Kinerja IKM industri kreatif di Tanah Datar.

Terdapat dua definisi IKM atau yang lebih dikenal dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dikenal di Indonesia, yakni definisi menurut Undang-undang (UU) Nomer 20 tahun 2008 dan Badan Pusat Statistik (BPS). Perbedaan dari dua definisi tersebut terletak pada kriteria dari IKM/UMKM. Menurut UU Nomer 20 tahun 2008, pembagian kriteria IKM/UMKM didasarkan pada kekayaan bersih dan hasil penjualan dari usaha tersebut, seperti yang dijabarkan berikut ini:

- Usaha Mikro merupakan usaha memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak p.300.000.000.
- Usaha Kecil merupakan usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000 sampai dengan paling banyak Rp500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000.
- Usaha Menengah merupakan usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000.

Menurut Musgrave dan Musgrave (2004) terdapat tiga fungsi utama pemerintah, yaitu fungsi alokasi distribusi dan stabilisasi. Ketiga fungsi tersebut harus saling mendukung dalam rangka penyelenggaraan pemerintahan untuk menjaga dan meningkatkan pelaksanaan pembangunan. Pembangunan nasional yang tercermin dari berbagai deregulasi menunjukan bahwa pelaksanaan pembangunan sangat menekankan pada pertumbuhan ekonomi tanpa penciptaan distribusi pendapatan yang merata, sehingga dapat menimbulkan kesenjangan sosial ekonomi dalam masyarakat.

Konsep pembangunan ekonomi hanya diartikan sebagai peningkatan kapasitas ekonomi dalam negeri yang diukur dengan Produk Domestik Bruto (PDB), ternyata tidak mampu menjawab tujuan dari pembangunan itu sendiri. Hal

ini dapat dilihat dari banyaknya penduduk miskin yang tidak berubah kualitas hidup mereka walaupun perumbuhan ekonomi tumbuh dengan cepat (Sumodiningrat, 2001).

Perusahaan yang berorientasi pasar (*Market Orientation*) menggambarkan sejauh mana perusahaan menciptakan nilai unggul bagi pelanggan untuk mewujudkan kepuasan dari kebutuhan dan keinginan pelanggan yang terwujud dalam budaya organisasi (Narver dan Slater, 1990) dan perusahaan yang berorientasi Kewirausahaan (*Enterpreneirial Orientation*) sejauh mana perusahaan membangun identifikasi dan mengeksploitasi peluang yang belum dimanfaatkan sebagai prinsip pengorganisasian perusahaan (Baker dan Sinkula, 2009). Orientasi pasar terkait dengan orientasi pesaing, pelanggan dan koordinasi antar fungsi (Narver dan Slater, 1990). Sedangkan orientasi kewirausahaan terkait dengan inovasi, risiko, proaktif (Kreiser, 2002).

Narver dan Slater (2000), menjelaskan bahwa perusahaan yang telah menjadikan orientasi pasar sebagai budaya organisasi akan berfokus pada kebutuhan pasar eksternal, keinginan dan permintaan pasar sebagai basis dalam penyusunan strategi bagi masing-masing unit bisnis dalam organisasi, dan menentukan keberhasilan perusahaan. Perusahaan yang memiliki orientasi pasar (*Market Orientation*), memiliki dasar perbaikan yang lebih cepat, serta akan tercermin pada kesuksesaan pada profitabilitas (Baker dan Sinkula, 2009; Narver dan Slater, 1990). Begitupun juga dengan perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan (*Enterpreneurial Orientation*). Sedangkan konsep orientasi kewirausahaan (*Enterpreneurial Orientation*) sebagai bidang manajemen strategis

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

dikembangkan dan penekanan bergeser ke proses kewirausahaan, yaitu metode, praktik dan gaya pengambilan keputusan manajer menggunakan tindakan enterprenerially. Ini termasuk proses seperti bereksperimen dengan teknologi baru yang menjanjikan, bersedia untuk merebut peluang pasar, produk baru dan memiliki kecenderungan untuk melakukan usaha beresiko (Lumpkin dan Dess, 1996). Perusahaan yang memiliki orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan akan berdampak kepada kinerja perusahaan untuk menjadi lebih baik, hal ini berlaku pada perusahaan kecil (Baker dan Sinkula, 2009).

Secara teori kinerja itu dipengaruhi oleh orientasi pasar, orientasi kinerja dan orientasi pembelajaran, sehingga fenomena ini dipengaruhi oleh orientasi pasar, orientasi kinerja dan orientasi pembelajaran tersebut.

Berdasarkan dari pemikiran-pemikiran dan uraian diatas serta untuk mendapatkan bukti empirik, maka diperlukan penelitian berkenaan dengan Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pembelajaran dan pengaruhnya terhadap Kinerja Perusahaan yang ada di Tanah Datar dengan studi kasusnya pada IKM khususnya yang bergerak dalam industri kreatif di Tanah Datar.

1.2 Perumusan masalah

Perusahaan yang pimpinannya yang memiliki orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan orientasi pembelajaran yang jelas dan berani untuk menghadapi resiko sehingga mampu menciptakan kinerja yang lebih baik. Dari uraian di atas muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut :

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

1. Bagaimana pengaruh orientasi pasar terhadap orientasi pembelajaran?
2. Bagaimana pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap orientasi pembelajaran?
3. Bagaimana pengaruh orientasi pembelajaran terhadap kinerja perusahaan?
4. Bagaimana pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan?
5. Bagaimana pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan?
6. Bagaimana pengaruh orientasi pembelajaran memediasi Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan?
7. Bagaimana pengaruh orientasi pembelajaran memediasi Orientasi kewirausahaan terhadap Kinerja Perusahaan?

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang peneliti lakukan ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap orientasi pembelajaran.
2. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap orientasi pembelajaran.
3. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pembelajaran terhadap kinerja perusahaan.
4. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan.
5. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

6. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pembelajaran memediasi Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan.
7. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pembelajaran memediasi Orientasi kewirausahaan terhadap Kinerja Perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menggambarkan bahwa orientasi pasar (*Market Orientation*) dan orientasi kewirausahaan (*Enterpreneurial* Orientation) mempunyai pengaruh terhadap kinerja Perusahaan (*Firm Performance*) IKM pada Kabupaten Tanah Datar melalui orientasi Pembelajaran (*Learning Orientation*), selanjutnya dapat menjadi pertimbangan bagi IKM di Kabupaten Tanah Datar untuk menentukan strategi yang tepat.

1.4.2 Manfaat Teoritis

1. Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti lebih jauh mengenai pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan orientasi pembelajaran terhadap kinerja IKM.
2. Bagi pemerintah, untuk memberikan informasi-informasi yang positif sekiranya terdapat kelemahan untuk perbaikan bagi IKM di Tanah Datar.
3. Menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan orientasi pembelajaran terhadap kinerja IKM di Tanah Datar.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dari penelitian ini merupakan studi kasus pada Industri Kecil dan Menengah pada Kabupaten Tanah Datar.

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang dari studi ini yang selanjutnnya dirumuskan permasalahan penelitian yang berupa pertanyaan kajian. Berdasarkan perumusan masalah tersebut maka dikemukakan tujuan dan kegunaan penelitian. Pada bagian terakhir dalam bab ini akan dijabarkan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN LITERATUR

Bab ini berisi tentang teori-teori dan penelitian terdahulu yang melandasi penelitian ini. Berdasarkan teori dan hasil penelitian-penelitian terdahulu, maka akan terbentuk suatu kerangka pemikiran dan penentuan hipotesis awal yang akan diuji.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai data dan sumber data, pembentukan model, definisi operasional variabel dan pengukurannya, Metode pengolahan dan analisis data dan uji statistik.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan menjawab pertanyaan bagaimana pengaruh dari Orientasi Pasar (*Market Orientation*) dan Orientasi Kewirausahaan (*Enterpreneurial Orientation*) terhadap Kinerja Perusahaan (*Firm Performance*) IKM pada Kabupaten Tanah Datar melalui Orientasi Pembelajaran (*Learning Orientation*).

BAB V : PENUTUP

Bab ini adalah bab terakhir, dalam bab ini menyajikan secara singkat kesimpulan yang diperoleh dalam pembahasan serta implikasi, keterbatasan dan saran.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA