

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
ORIENTASI PASAR  
PENGEMBANGAN USAHA KECIL DAN MENENGAH  
(Studi pada UKM di Desa Sinduadi)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada  
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah  
Yogyakarta



Disusun Oleh :

**ANING OKTAVIANA  
20040410086**

**FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
JANUARI 2009**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
ORIENTASI PASAR  
PENGEMBANGAN USAHA KECIL DAN MENENGAH  
(Studi pada UKM di Desa Sinduadi)**

Diajukan Oleh :  
ANING OKTAVIANA  
20040410086

Telah disetujui Dosen Pembimbing  
Pembimbing I

Gita Danupranata, S.E., M.M.  
NIK 143 015

Tanggal.....

**SKRIPSI**  
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI**  
**ORIENTASI PASAR**  
**PENGEMBANGAN USAHA KECIL DAN MENENGAH**  
**(Studi pada UKM di Desa Sinduadi)**

Diajukan oleh

ANING OKTAVIANA  
20040410086

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 21 Januari 2009  
Yang terdiri dari

Hj.Munjiati Munawaroh. S.E.,M.Si  
Ketua Tim Penguji

Gita Danupranata. S.E.,M.M  
Anggota Tim Penguji

Fajarwati. S.E.,M.Si  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar, S.E., M.Si.  
NIK: 143014

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya,

Nama : Aning Oktaviana

Nomor Mahasiswa : 20040410086

menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul :”Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Orientasi Pasar Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah(Studi UKM di desa Sinduadi)” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 2009

Aning Oktaviana

## MOTTO

”Bahwa tiada yang orang dapatkan, kecuali yang  
ia usahakan”

Q.S 53 Surat An-najm(bintang) ayat 39

”(yaitu) Mereka yang beriman dan hatinya tenang  
karena mengingat ALLAH. Ketahuilah! Hanya ingat  
ALLAH, maka hati mereka tenang”

Q.S 13 Surat Ar-ra’d (guntur) ayat 28

Tidak cukup untuk sekedar menatap anak tangga,  
kita harus melangkah naik tangga.

(Vince Havner)

## *PERSEMBAHAN*

*Dengan penuh rasa syukur kehadirat ALLAH SWT,*

*kupersembahkan karya ini untuk:*

- *ALLAH SWT*  
*Yang telah memberikan ridho, rahmat, cinta dan semua yang telah diberikan-Nya kepadaku.*
- *Kedua orang tuaku tercinta yang telah memberikan dukungan dan doanya.*
- *Kakakku yang telah memberikan semangat.*
- *Buat seseorang yang telah memberikan dukungan dalam menyusun skripsi ini.*
- *Sahabat dan teman - temanku.*

## INTISARI

Usaha kecil dan menengah di Kecamatan Minggir dan Kecamatan Godean Kabupaten Sleman jumlahnya mencapai 3.327 unit usaha. Dari unit usaha tersebut terdapat 978 unit usaha yang merupakan industri kerajinan tenun dan anyaman. Sampel data diambil secara purposive sampling sebanyak 105 responden.

Ada dua analisa yang digunakan dalam penelitian ini yang analisa kualitatif dan analisa kuantitatif. Dalam analisa kualitatif terdapat 44 usaha atau 41,9% yang aktif melakukan promosi baik melalui pameran yang diselenggarakan di tingkat daerah/lokal atau bahkan yang dilaksanakan di luar negeri dari hasil studi di lapangan terdapat 37 usaha atau 35,23% yang memiliki jaringan pembeli.

Analisa kuantitatif dengan metode logit ditemukan variabel jumlah tenaga kerja bertambah 1 orang peluang orientasi pasar ekspor sebesar 1.367 kali dibandingkan dengan orientasi pasar domestik. Semakin bertambah umur industri kerajinan tenun dan anyaman maka peluang orientasi pasar ekspor naik sebesar 2.061 kali dibandingkan orientasi pasar domestik. Variabel tingkat pendidikan pengusaha di atas SLTA maka peluang industri untuk orientasi pasar ekspor adalah 6.4804 kali dibanding yang orientasi pasar dalam propinsi/domestik. Semakin aktif variabel promosi peluang orientasi pasar ekspor sebesar 7,623 kali dibandingkan dengan orientasi pasar domestik. Industri kerajinan tenun dan anyaman yang memiliki jaringan pembeli maka peluang orientasi pasar ekspor sebesar 9.207 kali dibandingkan industri yang tidak memiliki jaringan pembeli. Variabel SALES meningkat Rp100.000,- peluang orientasi pasar ekspor sebesar 0.979 kali dibandingkan yang berorientasi pasar domestik.

Dalam penelitian ini variabel aktivitas berpromosi, nilai penjualan, jumlah tenaga kerja, usia usaha, tingkat pendidikan pengusaha dan jaringan pembeli sangat berpengaruh dalam menentukan orientasi pasar.

Kata Kunci :  
1. Orientasi Pasar  
2. Usaha Kecil dan Menengah  
3. Metode Logit

## ABSTRACT

There are 3327 units of small and medium enterprises in Minggir district and Godean district of Sleman regency. Of the unit business, 978 units are weaving and plain crafts. Data sample of 105 respondents was taken with purposive sampling method.

There are two analysis used in this research; qualitative and quantitative analysis. In qualitative analysis, there are 44 businesses (41.9%) that are active in making promotion through exhibition held in local level or even in international level. In addition, 37 businesses (35.23%) has buyer network.

Quantitative analysis using logit method found that addition of one person of labour variable make opportunity of export market orientation 1.367 times than domestic market orientation. With older weaving and plain craft, opportunity of export market orientation rise 2061 times than domestic market orientation. Entrepreneur's education level of above high school makes opportunity of the industry for export 6.4894 times than industry with intra-province/domestic market orientation. More active promotion make opportunity of export market orientation 7.623 times than domestic market orientation. Weaving and plain craft industry that have buyer network has 9,207 times of opportunity of export market orientation than one have not buyer network. When variable Sales increase Rp 100,000 opportunity of export market orientation is 0,979 times than domestic market orientation.

In this research, promotion activity, sales value, amount of labour, business age, entrepreneur's education level, and buyer network affect significantly determination of market orientation.

Key word:

1. Market orientation
2. Small and medium enterprise
3. Logit method



## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada kami sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul :” Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Orientasi Pasar Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (kasus UKM di desa Sinduadi)” Tugas akhir ini merupakan salah satu prasyarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana dari Fakultas Ekonomi Strata 1 (S-1) pada Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini dari persiapan sampai terselesainya, tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang dengan segala keterbukaan dan kerelaan hati telah memberikan bimbingan, pengarahan, keterangan dan dorongan semangat yang begitu berarti. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Misbahul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ijin dan kemudahan dalam penelitian skripsi ini.
2. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si., selaku Dosen Wali dan Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ijin dan masukkan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Gita Danupranata, selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat dan dorongan sampai terselesainya penyusunan skripsi ini.

4. Bapak (Surono) dan Ibu (Sri Muryantini) atas kasih dan sayang serta memberikan doa dan dorongan baik moril maupun materiil selama kuliah sampai terselesaikannya skripsi ini.
5. Semua pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kebaikan dan kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, 2009  
Penulis

Aning Oktaviana

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I    PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II    TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Pengertian Pasar .....	6
B. Orientasi Pasar.....	7

	C. Pengertian dan Perkembangan UKM.....	11
	1.Pengertian UKM .....	11
	2.Perkembangan UKM.....	12
	D. Penelitian Terdahulu.....	15
	E. Hipotesis.....	18
BAB III	METODE PENELITIAN .....	23
	A. Obyek dan Subyek Penelitian.....	23
	B. Teknik Pengambilan Sampel.....	23
	F. Jenis Data.....	24
	C. Tehnik Pengumpulan Data.....	24
	D. Definisi Operasional Variabel.....	25
	G. Model Analisis.....	26
	E. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	28
	1. Uji Regresi Logistik.....	28
	2. Uji Signifikan Secara Simultan (Uji Statistik f).....	30
	3. Uji Signifikan Secara Parsial (Uji Statistik t).....	31
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
	A. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian.....	33
	B. Hasil Penelitian.....	38
	C. Hasil Pengujian Hipotesis.....	41

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	47
	A. Kesimpulan.....	48
	B. Saran.....	48
	C. Keterbatasan Penelitian.....	48

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Keterangan Variabel Logistik..... 17
Tabel 4.1	Jumlah Penduduk ..... 34
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha ..... 34
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 35
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Usaha ..... 36
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... 36
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Penjualan Rata-rata/hari 37
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja.. 38
Tabel 4.8	Hasil Analisis Regresi..... 39