

ABSTRAK

Semakin meningkatnya pertumbuhan usaha mikro kecil, dan menengah pada era saat ini menyebabkan semakin meningkat juga persaingan antara pelaku usaha. Pandemi wabah covid-19 yang melanda seluruh dunia juga berdampak di Indonesia dan menyebabkan banyaknya UMKM yang mengalami kerugian. Hal ini mendorong pelaku usaha untuk dapat mempertahankan siklus bisnis dengan meningkatkan kinerja usahanya salah satunya ialah dengan kemampuan dan motivasi untuk dapat terus dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

Orientasi pasar merupakan salah satu strategi yang dapat dilakukan bagi UMKM untuk melihat keadaan pasar atau situasi pasar yang nantinya dapat membantu usaha dalam memenuhi kebutuhan sesuai dengan apa yang pelanggan butuhkan. Penelitian ini ditunjukkan untuk dapat mengetahui bagaimana penerapan orientasi pasar yang dilakukan oleh UMKM Pengolahan ikan mas Desa Bojongsari dan bagaimana penerapan orientasi pasar dalam meningkatkan kinerja usahanya dengan dimensi orientasi pasar yakni *customer orientation*, *competitor orientation*, dan *interfunctional coordination*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan data diambil melalui observasi dan wawancara untuk mengukur implementasi orientasi pasar pada UMKM Pengolahan ikan mas Desa Bojongsari. Penelitian deskriptif dilakukan bertujuan untuk menggambarkan bagaimana fenomena yang ada dengan permasalahan yang dihadapi dengan dikaitkan pada teori sehingga dapat dijelaskan hasil penelitian yang diharapkan.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa orientasi persaingan secara umum lebih disikapi secara sederhana dan bahkan belum dijalankan sepenuhnya oleh pelaku usaha mengingat pada lingkup usaha mikro dan kecil kecenderungan persaingan tidak begitu ketat serta keterbatasan dalam penggunaan teknologi dalam pengamatan dan analisa pesaing. Orientasi pelanggan ditunjukkan oleh para pelaku usaha UMKM pengolahan ikan mas Desa Bojongsari namun dapat dikatakan masih dilakukan secara sederhana dan konvensional. Mengingat skala usaha mikro kecil dan menengah. Koordinasi antarfungsi dapat dikatakan tidak dimiliki oleh pelaku usaha mengingat usaha yang masih dijalankan oleh perorangan dan dengan minimnya integrasi antar pelaku usaha menyebabkan hambatan yang mempersulit bagi perkembangan usaha jangka panjang.

Saran pada penelitian yakni memaksimalkan aktivitas pemantauan pesaing dan bereaksi terhadap strategi yang dilakukan pesaing dan melakukan pemanfaatan terhadap teknologi dalam pengamatan dan analisa pesaing. Pemaksimalan keahlian memasak yang dimiliki dan konsistensi terhadap pemenuhan pelanggan yang didasari dengan standar produk pun menjadi pendorong peningkatan kinerja usaha kedepannya.

Kata kunci: Orientasi Pasar, Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Kinerja Usaha