



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

SKRIPSI

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Meneyelesaikan Pendidikan Strata 1
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

**Penyusun :
Oxi Alvianto
14030118130124**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama Lengkap : Oxi Alvianto
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030118130124
3. Tempat / Tanggal Lahir : Sukoharjo, 26 Oktober 1999
4. Jurusan / Program Studi : S1-Administrasi Bisnis
5. Alamat : Kalimangir RT 02/RW 11, Watubonang,
Tawanghari, Kabupaten Sukoharjo

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi/TA) yang saya tulis berjudul:

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

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 31 Maret 2022

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

Pembuat Pernyataan,

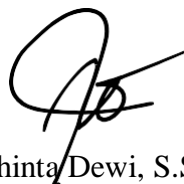


Agung Budiarmo, S.Sos, MM
NIP. 197112302001121001



Oxi Alvianto
NIM. 14030118130124

Ketua Program Studi



Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197603302003122001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan *Knowledge Management* Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Klaster Gitar Amanah Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo)

Nama Penulis : Oxi Alvianto

NIM : 14030118130124

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Strata I pada Departemen Administasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Semarang, 13 Juni 2022

Dekan



Dr. Hardi Warsono, M.T.P.

NIP. 19640827 1990001 1 001



Wakil Dekan I






Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin

NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing :

1. Agung Budiarmo, S.Sos, MM ()
2. Dr. Dra. Sri Suryoko M.Si ()

Dosen Penguji Skripsi :

1. Robetmi Jumpakita Pinem S.AB., M.BA ()
2. Dr. Dra. Sri Suryoko M.Si ()
3. Agung Budiarmo, S.Sos, MM ()

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Atstsiqoh Billah / Keep The Faith

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat dan nikmat segalanya sehingga penelitian ini dapat selesai sesuai dengan harapan
2. Bapak, Ibu, Kakak, dan keluarga lainnya yang selalu memberikan kasih sayang, doa, semangat, bantuan, dukungan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
3. Diri sendiri, terima kasih untuk semangat yang selalu diberikan dan selalu menemani dalam pembuatan skripsi ini
4. Sahabatku Araa. Terimakasih selalu memberi motivasi dan tetap menjaga komunikasi dengan sangat baik sampai saat ini.
5. Sahabat-sahabat semasa kuliah penghuni kontrakan 18 yang selalu ada setiap saat dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini
6. Teman-teman satu bimbingan Thalia, Ratmi, Nabil, Osa, Aditya, Ulfiana, Sofinatun, Yola yang telah saling mengingatkan, menyemangati satu sama lain dan menjadi teman dalam menjalani proses bimbingan skripsi
7. Teman-teman Jurusan Administrasi Bisnis UNDIP 2018, terima kasih atas waktu-waktu yang takkan bisa dilupakan selama kuliah

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN *KNOWLEDGE MANAGEMENT* TERHADAP KINERJA PEMASARAN

(Studi Pada Klaster Gitar Amanah Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo)

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 kuantitatif deskriptif dengan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana dan berganda, signifikansi uji t dan uji F dengan menggunakan program SPSS versi 25.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan dan *knowledge management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Hasil korelasi pada penelitian ini juga menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dan *knowledge management* terhadap kinerja pemasaran memiliki hubungan yang kuat.

Saran yang dapat disampaikan kepada klaster gitar amanah Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo ialah 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 dimedia 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

THE EFFECT OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION AND KNOWLEDGE MANAGEMENT ON MARKETING PERFORMANCE

(Study On Klaster Gitarr Amanah Baki District Sukoharjo Regency)

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. Descriptive quantitative data analysis method with validity test, reliability test, correlation coefficient, coefficient of determination, simple and multiple regression analysis, significance of t test and F test using SPSS version 25.0 program.

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 correlation results in this study also show that entrepreneurial orientation and knowledge management on marketing performance have a strong relationship.

Suggestions that can be submitted to the trusty guitar cluster, Baki District, Sukoharjo Regency, are to 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 Orientatio, Knowledge Management, Marketing Performance

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas limpahan berkat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 pada Departemen Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul : **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan *Knowledge Management* Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Klaster Gitar Amanah Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo)”** ini tidak mungkin dapat selesai tanpa doa, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.
2. Drs. Widiartanto, MAB selaku Kepala Departemen Administrasi Bisnis
3. Dr. Reni Shinta Dewi S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi S1-Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang
4. Agung Budiarmo, S.Sos, MM selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam penulisan skripsi.
5. Dra. Sri Suryoko M.Si selaku dosen pembimbing 2 dan sekaligus penguji yang telah menguji dan mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan skripsi.

6. Robetmi Jumpakita Pinem S.AB., MBA selaku dosen wali dan sekaligus penguji yang telah menguji dan membantu peneliti dalam perencanaan jadwal kuliah.
7. Sumardi selaku Ketua Klaster Gitar Amanah Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo yang telah membantu penulis dalam proses penelitian dan pembuatan skripsi.
8. Seluruh Dosen Pengajar Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan.
9. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang yang telah banyak membantu penulis selama masa perkuliahan.
10. Semua pihak yang telah memberikan bantuan, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran guna tercapainya hasil yang bermanfaat bagi banyak pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Semarang, 13 Juni 2022

Penulis



Oxi Alvianto

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Kerangka Teori	14
1.5.1 Pemasaran.....	14
1.5.2 UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)	18
1.5.3 Orientasi Kewirausahaan.....	20
1.5.4 <i>Knowledge Management</i>	23
1.5.5 Kinerja Pemasaran	25
1.6 Pengaruh Antarvariabel Penelitian.....	27
1.6.1 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran	27
1.6.2 Pengaruh <i>Knowledge Management</i> terhadap Kinerja Pemasaran	28
1.6.3 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan <i>Knowledge Management</i> terhadap Kinerja Pemasaran	29

1.7	Penelitian Terdahulu	29
1.8	Hipotesis	32
1.9	Definisi Konsep	34
1.9.1	Orientasi Kewirausahaan.....	34
1.9.2	<i>Knowledge Management</i>	34
1.9.3	Kinerja Pemasaran	34
1.10	Definisi Operasional.....	35
1.10.1	Orientasi Kewirausahaan.....	35
1.10.2	<i>Knowledge Management</i>	37
1.10.3	Kinerja Pemasaran	38
1.11	Metode Penelitian.....	39
1.11.1	Tipe Penelitian	39
1.11.2	Populasi	39
1.11.3	Sampel.....	39
1.11.4	Teknik Pengambilan Sampel	40
1.11.5	Jenis dan Sumber Data	41
1.11.6	Skala Pengukuran.....	42
1.11.7	Teknik Pengumpulan Data	43
1.11.8	Teknik Pengolahan Data	44
1.11.9	Teknik Analisis Data.....	45
BAB II GAMBARAN UMUM KABUPATEN SUKOHARJO DAN SENTRA INDUSTRI KECIL GITAR		52
2.1	Gambaran Umum Kabupaten Sukoharjo	52
2.1.1	Kondisi Geografis Kabupaten Sukoharjo.....	52
2.1.2	Luas Wilayah.....	53
2.1.3	Sektor UMKM Kabupaten Sukoharjo	54

2.1.4 Profil Klaster Gitar AMANAH Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo	55
2.1.4.1 Sejarah Kerajinan Gitar Kecamatan Baki	56
2.1.4.2 Sebaran Lokasi Usaha	57
2.1.4.3 Aset Usaha.....	57
2.1.4.4 Proses Produksi Gitar	58
2.1.4.5 Daerah Pemasaran.....	61
2.1.4.6 Pola Jaringan Bisnis UMKM.....	62
2.1.4.7 Jenis dan Harga Jual Produk.....	62
2.1.4.8 Pemasok Bahan Baku.....	63
2.1.4.9 Pelanggan	64
2.1.4.10 Pemasaran.....	64
2.1.4.11 Kendala Usaha	65
2.1.4.12 Desain dan Teknologi	65
2.1.4.13 Manajemen	66
2.2 Identitas Responden.....	66
2.2.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
2.2.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	67
2.2.3 Identitas Responden Berdasarkan Status Marital	68
2.2.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan	68
2.2.5 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja.....	69
2.2.6 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan	70
2.2.7 Identitas Responden Berdasarkan Lama Usaha	71
2.2.8 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan Sampingan	72
BAB III PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN <i>KNOWLEDGE</i> <i>MANAGEMENT</i> TERHADAP KINERJA PEMASARAN	74
3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	74
3.1.1 Uji Validitas	75
3.1.2 Uji Reliabilitas.....	79
3.2 Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian	81
3.2.1 Persepsi Responden Tentang Variabel Orientasi Kewirausahaan (X1).....	81
3.2.1.1 Pemilik Usaha Memiliki Kekuatan Penuh Dalam Memutuskan Alur Proses Usaha.....	82
3.2.1.2 Pemilik Usaha Memiliki Pengetahuan Yang Mendalam Dalam Manajemen Bisnis.....	83

3.2.1.3 Memiliki Imajinasi Yang Baik dan Kuat Akan Produk Yang Akan Dihilkan	85
3.2.1.4 Mampu Menggunakan Teknologi Terbaru dalam Menjual Produk	86
3.2.1.5 Berani Menciptakan Model Produk Baru.....	88
3.2.1.6 Berani Menciptakan Produk Dengan Bahan Baku Berkualitas Dan Harga Lebih Murah Dari Pesaing	89
3.2.1.7 Mampu Mengetahui Selera Pasar Akan Bentuk Atau Model Gitar	91
3.2.1.8 Kemampuan Memanfaatkan Setiap Kesempatan	92
3.2.1.9 Mampu Memberikan Promo Untuk Menarik Minat Beli Konsumen.....	94
3.2.1.10 Mampu Menjaga Kualitas Produk Dalam Rangka Mempertahankan Posisi Dalam Pasar.....	95
3.2.1.11 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Orientasi Kewirausahaan	97
3.2.1.11 Kategorisasi Variabel Orientasi Kewirausahaan	99
3.2.2 Persepsi Responden Terhadap Variabel <i>Knowledge Management</i> (X2)	101
3.2.2.1 Pemilik Usaha Memiliki Pengetahuan Tambahan Yang Berasal Dari Pengalaman Masa Lalu Dibidang Pekerjaan Yang Sama.....	102
3.2.2.2 Pemilik Usaha Dapat Berinteraksi Secara Baik Dengan Memanfaatkan Keterampilan Yang Dimiliki Dengan Pihak Lainnya Dibidang Kerja Yang Sama	104
3.2.2.3 Pemilik Usaha Mampu Memahami Setiap Aturan Dan Prosedur Yang Ada Dalam Pembuatan Produk.....	106
3.2.2.4 Adanya Fasilitas Yang Memadai Dan Pelatihan Menambah Pengetahuan Dalam Melaksanakan Pekerjaan Dengan Baik Dan Benar	107
3.2.2.5 Adanya Website Yang Memuat Informasi Mengenai Tahap Pembuatan Gitar Menambah Wawasan Dalam Menyelesaikan Produk Secara Efisien	109
3.2.2.6 Peluncuran Dan Pengenalan Produk Ke Pasar Lebih Mudah Dan Cepat Melalui Teknologi Sebagai Media Promosi Dan Pemasaran.....	111
3.2.2.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai <i>Knowledge Management</i>	112
3.2.2.8 Kategorisasi Variabel <i>Knowledge Management</i>	115
3.2.3 Persepsi Responden Terhadap Variabel Kinerja Pemasaran (Y)	117
3.2.3.1 Pertumbuhan Penjualan.....	118
3.2.3.2 Pertumbuhan Pelanggan.....	119
3.2.3.3 Pertumbuhan Laba	121
3.2.3.4 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Kinerja Pemasaran	122
3.2.3.5 Kategorisasi Variabel Kinerja Pemasaran.....	123
3.3 Uji Hipotesis.....	126

3.3.1 Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran....	126
3.3.1.1 Analisis Tabulasi Silang Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran	126
3.3.1.2 Koefisien Korelasi Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran	128
3.3.1.3 Koefisien Determinasi (R^2) Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran	129
3.3.1.4 Regresi Linear Sederhana Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran	130
3.3.2 Analisis Pengaruh <i>Knowledge Management</i> Terhadap Kinerja Pemasaran	134
3.3.2.1 Analisis Tabulasi Silang <i>Knowledge Management</i> Terhadap Kinerja Pemasaran	134
3.3.2.2 Koefisien Korelasi <i>Knowledge Management</i> Terhadap Kinerja Pemasaran	135
3.3.2.3 Koefisien Determinasi (R^2) <i>Knowledge Management</i> Terhadap Kinerja Pemasaran	137
3.3.2.4 Regresi Linear Sederhana <i>Knowledge Management</i> Terhadap Kinerja Pemasaran	138
3.3.2.5 Uji t <i>Knowledge Management</i> Terhadap Kinerja Pemasaran	140
3.3.3 Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan <i>Knowledge Management</i> Terhadap Kinerja Pemasaran	141
3.3.3.1 Koefisien Korelasi Berganda Orientasi Kewirausahaan dan <i>Knowledge Management</i> Terhadap Kinerja Pemasaran	141
3.3.3.2 Koefisien Determinasi (R^2) Orientasi Kewirausahaan dan <i>Knowledge Management</i> Terhadap Kinerja Pemasaran	142
3.3.3.3 Regresi Linear Berganda Orientasi Kewirausahaan dan <i>Knowledge Management</i> Terhadap Kinerja Pemasaran	143
3.3.3.4 Uji Signifikansi Orientasi Kewirausahaan dan <i>Knowledge Management</i> Terhadap Kinerja Pemasaran	145
3.4 Pembahasan.....	148
BAB IV PENUTUP.....	154
4.1 Kesimpulan	154
4.2 Saran	156
DAFTAR PUSTAKA	159
LAMPIRAN.....	162

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Unit Terjual dan Pembeli Gitar Pada Industri Kecil Gitar Kabupaten Sukoharjo	9
Tabel 1. 2 Omset Penjualan dan Laba Pengrajin Gitar Kabupaten Sukoharjo	10
Tabel 1. 3 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 1. 4 Jawaban Metode Linkert	43
Tabel 1. 5 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	47
Tabel 2. 1 Jumlah Kecamatan dan Desa di Kabupaten Sukoharjo	54
Tabel 2. 2 Perkembangan UMKM di Kabupaten Sukoharjo Tahun 2016-2020...	55
Tabel 2. 3 Harga Grosir Gitar Berdasarkan Jenisnya	62
Tabel 2. 4 Harga Bahan Baku Gitar.....	63
Tabel 2. 5 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 2. 6 Identitas Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 2. 7 Identitas Responden Berdasarkan Status Material.....	68
Tabel 2. 8 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan	69
Tabel 2. 9 Jumlah Tenaga Kerja Kluster Gitar Amanah.....	69
Tabel 2. 10 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	70
Tabel 2. 11 Identitas Responden Berdasarkan Lama Usaha	71
Tabel 2. 12 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan Sampingan.....	72
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Orientasi Kewirausahaan.....	76
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Knowledge Management</i>	77
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Pemasaran	78
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	80
Tabel 3. 5 Pemilik Usaha Memiliki Kekuatan Penuh Dalam Memutuskan Alur Proses Usaha	82

Tabel 3. 6 Pemilki Usaha Memiliki Pengetahuan Yang Mendalam Dalam Manajemen Bisnis	83
Tabel 3. 7 Memiliki Imajinasi Yang Baik dan Kuat Akan Produk Yang Akan Dihasilkan	85
Tabel 3. 8 Mampu Menggunakan Teknologi Terbaru dalam Menjual Produk.....	86
Tabel 3. 9 Berani Menciptakan Model Produk Baru	88
Tabel 3. 10 Berani Menciptakan Produk Dengan Bahan Baku Berkualitas Dan Harga Lebih Murah Dari Pesaing	90
Tabel 3. 11 Mampu Mengetahui Selera Pasar Akan Bentuk Atau Model Gitar ...	91
Tabel 3. 12 Kemampuan Memanfaatkan Setiap Kesempatan	93
Tabel 3. 13 Mampu Memberikan Promo Untuk Menarik Minat Beli Konsumen	94
Tabel 3. 14 Mampu Menjaga Kualitas Produk Dalam Rangka Mempertahankan Posisi Dalam Pasar	96
Tabel 3. 15 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Orientasi Kewirausahaan	97
Tabel 3. 16 Kategorisasi Variabel Orientasi Kewirausahaan.....	101
Tabel 3. 17 Pemilki Usaha Memiliki Pengetahuan Tambahan Yang Berasal Dari Pengalaman Masa Lalu Dibidang Pekerjaan Yang Sama	102
Tabel 3. 18 Pemilki Usaha Dapat Berinteraksi Secara Baik Dengan Memanfaatkan Keterampilan Yang Dimiliki Dengan Pihak Lainnya Dibidang Kerja Yang Sama.....	104
Tabel 3. 19 Pemilki Usaha Mampu Memahami Setiap Aturan Dan Prosedur Yang Ada Dalam Pembuatan Produk.....	106
Tabel 3. 20 Adanya Fasilitas Yang Memadai Dan Pelatihan Menambah Pengetahuan Dalam Melaksanakan Pekerjaan Dengan Baik Dan Benar	108
Tabel 3. 21 Adanya Website Yang Memuat Informasi Mengenai Tahap Pembuatan Gitar Menambah Wawasan Dalam Menyelesaikan Produk Secara Efisien.....	109
Tabel 3. 22 Peluncuran Dan Pengenalan Produk Ke Pasar Lebih Mudah Dan Cepat Melalui Teknologi Sebagai Media Promosi Dan Pemasaran	111

Tabel 3. 23 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Knowledge Management	113
Tabel 3. 24 Kategorisasi Terhadap Variabel Knowledge Management	117
Tabel 3. 25 Pertumbuhan Penjualan	118
Tabel 3. 26 Pertumbuhan Pelanggan	119
Tabel 3. 27 Pertumbuhan Laba.....	121
Tabel 3. 28 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Kinerja Pemasaran....	123
Tabel 3. 29 Kategorisasi Terhadap Variabel Kinerja Pemasaran.....	125
Tabel 3. 30 Tabulasi Silang Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran	127
Tabel 3. 31 Hasil Uji Korelasi Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran	128
Tabel 3. 32 Hasil Uji Koefisien Determinasi Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran	129
Tabel 3. 33 Hasil Uji Regresi Sederhana Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran	131
Tabel 3. 34 Analisa Tabulasi Silang Knowledge Management Terhadap Kinerja Pemasaran	134
Tabel 3. 35 Hasil Uji Korelasi Knowledge Management Terhadap Kinerja Pemasaran	136
Tabel 3. 36 Hasil Uji Koefisien Determinasi Knowledge Management Terhadap Kinerja Pemasaran	137
Tabel 3. 37 Hasil Uji Regresi Sederhana Knowledge Management Terhadap Kinerja Pemasaran	138
Tabel 3. 38 Hasil Uji Korelasi Linear Berganda Orientasi Kewirausahaan dan Knowledge Management Terhadap Kinerja Pemasaran	141
Tabel 3. 39 Hasil Uji Koefisien Determinasi Orientasi Kewirausahaan dan Knowledge Management Terhadap Kinerja Pemasaran	142
Tabel 3. 40 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Orientasi Kewirausahaan dan Knowledge Management Terhadap Kinerja Pemasaran	143

Tabel 3. 41 Hasil Perhitungan Uji F antara Orientasi Kewirausahaan dan Knowledge Management Terhadap Kinerja Pemasaran	146
--	-----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah UMKM Glitar Kabupaten Sukoharjo	8
Gambar 1. 2 Hipotesis Penelitian	33
Gambar 1. 3 Kurva Hasil Uji t (one tail)	50
Gambar 1. 4 Kurva Hasil Uji F	51
Gambar 2. 1 Peta Kabupaten Sukoharjo	53
Gambar 2. 2 Pembentukan Body	61
Gambar 2. 3 Pengeringan.....	61
Gambar 2. 4 Pembentukan Rangka	61
Gambar 2. 5 Pembentukan Body.....	61
Gambar 2. 6 Pembentukan Neck	61
Gambar 2. 7 Penyambungan Neck	61
Gambar 2. 8 Penghalusan.....	62
Gambar 2. 9 Pengecatan	62
Gambar 2. 10 Finishing.....	62
Gambar 2. 11 Finishing.....	62
Gambar 2. 12 Produk Jadi.....	62
Gambar 3. 1 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran	133
Gambar 3. 2 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Knowledge Management Terhadap Kinerja Pemasaran	140
Gambar 3. 3 Hasil Uji Hipotesis 3.....	148