

# PERAN KEUNGGULAN BERSAING MEMEDIASI PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN UMKM KULINER DI KOTA PADANG

## Studi Kasus: UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat

Even Triawan Zebua<sup>1</sup>, Zeshasina Rosha<sup>2</sup>

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

E-mail: [evenzebua98@gmail.com](mailto:evenzebua98@gmail.com), [zeshasina.roscha@bunghatta.ac.id](mailto:zeshasina.roscha@bunghatta.ac.id)

### PENDAHULUAN

Posisi UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran penting dan strategis. Kondisi ini sangat dimungkinkan karena keberadaan UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia. Pelaku UMKM khususnya di Kota Padang dituntut untuk dapat memahami dan mengerti perubahan yang terjadi dipasar, sehingga dapat mengikuti sesuai kemauan konsumen, karena imbas pandemi Covid-19. Pada tahun 2021 salah satu daerah yang mendominasi banyaknya UMKM Kuliner saji di Kota Padang adalah Kecamatan Padang Barat sebanyak 123 pelaku usaha [1]. Kinerja pemasaran merupakan faktor yang sering kali digunakan untuk mengukur dampak dari strategi yang diterapkan perusahaan, dan salah satu indikator yang seringkali digunakan dalam mengukur kinerja pemasaran adalah tingkat pendapatan [2]. Kinerja pemasaran adalah ukuran prestasi yang diperoleh dari aktifitas proses pemasaran secara menyeluruh dari sebuah perusahaan atau organisasi [3]. Selanjutnya [4] menyatakan bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja pemasaran adalah orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan adalah prosedur, praktik, dan aktivitas pengambilan keputusan yang digunakan untuk meningkatkan nilai produk dan layanan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan yang dapat menyebabkan peningkatan [5]. Keunggulan bersaing adalah jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi pesaing. Keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya [6].

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini tergolong dalam jenis penelitian kuantitatif, analisis deskriptif diperlukan agar mengetahui tingkat capaian responden (TCR), *SmartPLS3* digunakan sebagai alat pengolahan data dan pengujian hipotesis, maka dari itu diperlukannya lah prosedur *Measurement Model Assesment* (MMA)

yang berfungsi sebagai uji validitas, reliabilitas dan uji diskriminan, selanjutnya dilakukan uji *R Square* dan *Q Square*, dan untuk pengujian hipotesis digunakan prosedur *Structural Model Assesment* (SMA). Populasi pada penelitian ini seluruh pelaku UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel [7]. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Simple random sampling*. Instrumen yang digunakan untuk memperoleh data menggunakan kuesioner dengan skala likert lima jawaban.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Jika suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen memiliki T Stastistic > 1,96 dan P Values < 0,05 maka dapat diartikan bahwa variabel eksogen berpengaruh terhadap variabel endogen, dan sebaliknya [8].

Tabel 1: Hasil Uji Hipotesis

Arah	Original Sample	T Statistik	P Values
OK > KB	0,867	21,199	0,000
OK > KP	0,506	4,382	0,000
KB > KP	0,383	3,117	0,002
OK > KB > KP	0,332	3,010	0,003

Berdasarkan tabel 1, didapat hasil penelitian sebagai berikut:

a. Variabel orientasi kewirausahaan menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,867 dengan nilai t sebesar 21,199. Ini membuktikan bahwa nilai t dari orientasi kewirausahaan > 1,96 serta p values 0,000 < 0,05 yang artinya orientasi kewirausahaan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat. Hal ini berarti hipotesis 1 **diterima**.

b. Variabel orientasi kewirausahaan menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,506 dengan nilai t sebesar 4,382. Ini membuktikan bahwa nilai t dari orientasi kewirausahaan  $> 1,96$  serta p values  $0,000 < 0,05$  yang artinya variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat. Hal ini berarti hipotesis 2 **diterima**.

c. Variabel keunggulan bersaing menunjukkan koefisien jalur sebesar 0,383 dengan nilai t sebesar 3,117. Ini membuktikan bahwa nilai t dari keunggulan bersaing  $> 1,96$  serta p values  $0,002 < 0,05$  yang artinya variabel keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat. Hal ini berarti hipotesis 3 **diterima**.

d. Variabel keunggulan bersaing memediasi orientasi kewirausahaan dan kinerja pemasaran menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,332 dengan nilai t sebesar 3,010. Hal ini membuktikan bahwa nilai t dari keunggulan bersaing dan orientasi kewirausahaan  $> 1,96$  serta p values  $0,003 < 0,05$  yang artinya variabel keunggulan bersaing mampu secara positif memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat. Hal ini berarti hipotesis 4 **diterima**.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari penelitian ini adalah: Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat, Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat, Keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat, Keunggulan bersaing terbukti mampu memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat. Diharapkan kepada para pelaku usaha UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat untuk

meningkatkan orientasi kewirausahaannya untuk lebih berani menanggung risiko kerugian finansial guna bisa bersaing dengan para pelaku usaha lainnya agar dapat menarik konsumen dengan meningkatkan nilai produk dan layanan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan.

Disarankan kepada pelaku usaha UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Barat untuk mempertahankan dan meningkatkan keunggulan bersaingnya dengan lebih mengenal pelanggan dan menjalin hubungan yang lebih kuat melalui pelanggan serta menawarkan nilai yang lebih unggul kepada konsumen dari pada tawaran pesaing.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang
- [2] Fatmawati et al. (2016). Meningkatkan Kinerja Pemasaran melalui Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 27–38. <https://doi.org/10.30596/jimb.v20i1.237>
- [3] Salindeho, A. E., & Mandey, S. L. (2018). Pengaruh Inovasi Produk, Tempat Dan Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran Motor Suzuki (Pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cab.Malalayang). *Jurnal EMBA*, 6(4), 3348–3357
- [4] Boehm. (2008). Meningkatkan Kinerja Pemasaran melalui Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 27–38. <https://doi.org/10.30596/jimb.v20i1.2397>
- [5] Masa'deh et al. (2018). The associations among market orientation, technology orientation, entrepreneurial orientation and organizational performance. *Benchmarking*, 25(8), 3117–3142. <https://doi.org/10.1108/BIJ-02-2017-0024>
- [6] Wiwoho, G. (2019). Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk, Serta Pengaruhnya Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Perusahaan Pada Umkm: Sebuah Agenda Penelitian. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 18(2). <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v%vi%i.340>
- [7] Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.
- [8] Hair dkk. (2019). *Multivariate Data Analysis Eighth Edition*. [www.cengage.com/highered](http://www.cengage.com/highered)