

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA UMKM KULINER SAJI DI KECAMATAN PADANG UTARA

Annisa Yuliana¹, Dahliana Kamener B.S., MBA., Ph.D.²

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

Email: annisay26@gmail.com¹, dahlianakamener@gmail.com²

PENDAHULUAN

Perkembangan dan kontribusi UMKM dalam perekonomian Indonesia tidak dapat diragukan lagi. Kemajuan teknologi yang tidak dapat dibendung maka suatu produk perusahaan akan tambah berkembang sampai pada suatu titik, dimana produk tersebut nantinya akan sulit dibedakan antara satu dengan lainnya. Adanya tekanan persaingan begitu ketat yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi kinerja pemasaran perusahaan. Kinerja pemasaran juga dapat dipandang sebagai sebuah konsep yang digunakan untuk mengukur sampai sejauh mana prestasi pasar yang telah dicapai oleh suatu produk yang dihasilkan perusahaan [1]. Orientasi kewirausahaan merupakan cerminan sifat pengusaha yang melekat atau watak dan ciri-ciri yang ada pada diri pengusaha dan berkemauan keras untuk mewujudkan gagasan ataupun pemikiran yang dimilikinya [2].

Orientasi pasar dapat dikatakan sebagai suatu strategi yang terkait dengan penciptaan dan upaya dalam mencapai pemuasan pelanggan dengan cara memiliki kebutuhan dan apa yang diinginkan oleh pelanggan tersebut [3]. Keunggulan bersaing merupakan kemampuan perusahaan untuk terus menjaga dan mempertahankan apa yang dimilikinya dengan membentuk dan memberdayakan sumber daya berguna apa yang dimilikinya serta mendayagunakan kapabilitas atau kemampuan perusahaan yang unggul dan tidak dapat ditiru oleh perusahaan lainnya [4].

METODE PENELITIAN

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Utara. Penarikan sampel penelitian dilakukan dengan metode purposive judgement sampling yaitu sampel dipilih atas dasar kesesuaian karakteristik sampel dengan criteria pemilihan sampel yang telah ditentukan. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Utara. Besarnya jumlah sampel minimal [5] adalah jumlah semua variabel di kali 20, dimana dalam penelitian ini terdapat 4 variabel (Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing, dan Kinerja Pemasaran),

sehingga jumlah variabel $\times 20 = 80$. Jadi, jumlah sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah berjumlah minimal 80 responden.

Metode Analisis Data

a. Measurement Model Assesment

Measurement Model Assesment atau outer model menspesialisasi hubungan antara variabel laten dengan indikator atau tem-item pernyataannya. Dengan pengertian lain outer model mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Uji dilakukan pada outer model:

1. Convergent Validity

convergent validity adalah sejauh mana item-item pengukuran variabel tertentu menyatu secara bersama. Dalam penilaian convergent validity terdapat empat kriteria yang harus diperhatikan yaitu outer loading $> 0,7$; cronbach's alpha $> 0,7$; composite reliability $> 0,7$; average extracted variance (AVE) $> 0,5$

2. Discriminant Validity

Pengukuran validitas diskriminan menggunakan metode Fornell-Larcker criterion dan cross loading. Postulat Fornell-Larcker menyebutkan bahwa suatu variabel laten berbagi varian lebih dengan indikator yang mendasarinya dari pada dengan variabel-variabel laten lainnya. Hal ini jika diartikan secara statistik, maka nilai AVE setiap variabel laten harus lebih besar dari pada nilai R² tertinggi dengan nilai variabel laten lainnya.

b. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan menganalisis atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis ini bermaksud untuk menggambarkan profil responden dan karakteristik masing-masing variabel penelitian dengan menghitung tingkat capaian responden (TCR).

c. R Square dan Q Square

R Square (R²) digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen yang dinyatakan dalam persentase. Secara umum nilai R square 0,25; 0,50 dan 0,75 yang diinterpretasikan berturut-turut lemah, sedang dan kuat [6].

d. Structural Model Assesment

Structural Model Assesment (inner model) penilaian model struktural sering juga disebut dengan inner model. Kegunaan SMA pada dasarnya untuk menguji hipotesis penelitian. Suatu hipotesis (hipotesis alternatif) dapat diterima apabila memiliki nilai T-statistic lebih besar dari 1,96 dan P values kecil dari 0.05 [7].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai prosedur dalam membuat keputusan hipotesis diterima atau ditolak adalah dengan melihat nilai original sample, T Statistik dan nilai P Value. Apabila T Statistic > T Tabel atau P Value < 0,05 maka hipotesis diterima.

Hasil Uji Hipotesis

Arah	Original Sampel	T Statistics	P Values	Keputusan
Orientasi Kewirausahaan→Kinerja Pemasaran	0.476	5.240	0.000	H1 Diterima
Orientasi Pasar→Kinerja Pemasaran	0.246	2.262	0.024	H2 Diterima
Keunggulan Bersaing→Kinerja Pemasaran	0.187	1.621	0.106	H3 ditolak

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil pengujian hipotesis pertama terkait pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran dengan diperoleh nilai original sampel sebesar 0.476, T statistik 5.240 (lebih besar dari 1.96) dan P value sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0.05). Hasil pengujian hipotesis kedua terkait pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran dengan diperoleh nilai original sampel sebesar 0.246, T statistik 2.262 (besar dari 1,96) dan P value sebesar 0.025 (lebih kecil dari 0.05). Hasil pengujian hipotesis ketiga terkait pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran dengan diperoleh nilai original sampel sebesar 0.187, T statistik 1.621 (lebih kecil dari 1.96) dan P value sebesar 0.106 (lebih besar dari 0.05).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan Berdasarkan uji hipotesis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya penelitian ini, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama ditemukan bahwa variabel Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Utara.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua ditemukan bahwa variabel Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Utara.

3. Hasil pengujian hipotesis ketiga ditemukan bahwa variabel Keunggulan Bersaing tidak berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Kuliner Saji di Kecamatan Padang Utara.

Adapun saran dari penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian ini dengan tema atau dengan judul yang sama disarankan agar mengembangkan penelitian ini seperti menambah variabel baru, sehingga tercipta penelitian-penelitian yang lebih baik lagi kedepannya.
2. Perusahaan hendaknya meningkatkan kinerja perusahaan dalam bertahan, karena fokus pada target penjualan saja tidak akan menjamin perusahaan akan terus berkembang dan bertahan lama.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Fatmawati, R. A. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran pada Warung Kucingan/Angkringan di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(3), 351–352.
- [2] Amrulloh, F. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Terhadap Kinerja Pemasaran. *Diponegoro Journal Of Social and Political Science*, 5(2), 1–12.
- [3] Poole, S. M. (2017). Developing relationships with school customers: the role of market orientation. *International Journal of Educational Management*, 31(7), 1054–1068. <https://doi.org/10.1108/IJEM-08-2016-0171>.
- [4] Trihudiatmanto, M. (2019). Pengembangan Kompetensi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing UMKM (Studi Empirik Pada UMKM Pande Besi di Wonosobo). *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 2(1), 22–32. <https://doi.org/10.32500/jematech.v2i1.397>
- [5] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- [6] Hair, J.F, Black W.C., Babin. B.j, and Andresron.R.E (2014). *Multivariate Dana Analysis 7, th Edition*. New Jersey: Person Education Limited Harlow.England.
- [7] Ghozali, Imam, HengkyLatan. 2015. *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip. Semarang Harnanto. 2017. *AkuntansiBiaya: Sistem Biaya Historis*. Yogyakarta: BPF