

PERAN KEUNGGULAN BERSAING DALAM MEMEDIASI PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN UMKM MAKANAN DI KECAMATAN IV JURAI PESISIR SELATAN

Sry Rahayu Putri¹⁾, Zeshasina Rosha²⁾

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email : rahayusry54@gmail.com, zeshasina.rossha@bunghatta.ac.id

PENDAHULUAN

Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia sangat berpengaruh besar. Dalam berbagai kesempatan dikatakan bahwa UMKM benar-benar menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Kabupaten Pesisir Selatan khususnya di Kecamatan IV Jurai merupakan salah satu daerah yang menjadi salah satu ikon wisata karena itulah Kecamatan IV Jurai merupakan daerah wisata yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan. Banyak pelaku usaha UMKM di Kecamatan IV Jurai saat ini berusaha untuk bisa bersaing dengan kompetitor lainnya.

Data jumlah UMKM Kecamatan IV Jurai pada Tahun 2022 [1] dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.1
Data UMKM Kecamatan IV Jurai Tahun 2022

NO	Kecamatan IV Jurai	Jumlah Pelaku Usaha
1	Sago	60
2	Salido	431
3	Lumpo	370
4	Painan	187
TOTAL		1.084

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pesisir Selatan

Untuk mengungkapkan fenomena terkait kinerja pemasaran UMKM makanan di Kabupaten Pesisir Selatan, maka dilakukan survei awal kepada 30 responden. Dari hasil survei awal dapat disimpulkan bahwasanya masih rendahnya kinerja UMKM makanan di Kecamatan IV Jurai. Dengan demikian, penulis tertarik meneliti kinerja pemasaran sebagai fokus penelitian. Fenomena ini menjadi sebuah

topik yang menarik untuk dibahas karena minimnya penelitian, diharapkan penelitian ini mampu memberikan manfaat sebagai tambahan referensi yang dipergunakan untuk bahan perbandingan dan kerangka acuan untuk permasalahan yang sejenis serta dapat memberikan manfaat untuk UMKM dalam meningkatkan kinerja pemasaran mempertahankan .

METODE

Penelitian ini tergolong dalam jenis penelitian kuantitatif. SEM-PLS digunakan sebagai alat pengolahan data dan pengujian hipotesis, maka dari itu diperlukannya *Measurement Model Assessment* (MMA) yang berfungsi sebagai uji validitas, reliabilitas dan uji diskriminan, analisis deskriptif diperlukan agar mengetahui tingkat capaian responden (TCR). Untuk pengujian hipotesis digunakan prosedur *Structural Model Assesment* (SMA) dan dilakukan uji R Square dan Q Square. Pelaku UMKM Makanan yang berada di Kecamatan IV Jurai Pesisir Selatan dijadikan sebagai populasi dalam penelitian ini. Variabel orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan sebagai indenpenden dan kinerja pemasaran sebagai dependen, dengan keunggulan bersaingsebagai variabel mediasi. *Proportionate Stratified Random Sampling* yaitu cara pengambilan sampel dari anggota populasi dengan menggunakan cara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi tersebut.[2] Ciri-ciri yang di pakai yaitu pelaku usaha UMKM Makanan Di Kecamatan IV Jurai Pesisir. Sampel diambil sebanyak 146 responden di hitung berdasarkan rumus Slovin.[3] Instrumen yang digunakan untuk memperoleh data menggunakan kuesioner dengan skala likert lima jawaban.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Alat pengujian struktural yang dilakukan menggunakan *Structural Model Assessment*. Melalui proses *bootstrapping*, parameter uji T – *statistic* diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas dilakukan melalui *bootstrapping*[4]. Berikut hasil uji hipotesis:

Pernyataan	Original Sampel	T Statistik	P Values	hipotesis
OP→KB	0.305	3.642	0.000	H1 diterima
OK→KB	0.633	7.703	0.000	H2 diterima
OP→KP	0.108	1.268	0.205	H3 ditolak
OK→KP	1.106	7.549	0.000	H4 diterima
KB→KP	-0.374	2.963	0.003	H5 diterima
OP→KB→KP	-0.114	2.266	0.024	H6 diterima
OK→KB→KP	-0.237	2.622	0.009	H7 diterima

Dari data diatas terlihat bahwa Orientasi Pasar terhadap Keunggulan bersaing memiliki nilai *Original Sampel* sebesar 0.305, T statistik 3,642 > 1,96 dan nilai P values 0,000 < 0,05, hal ini menjelaskan bahwa H1 Diterima. Orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing memiliki nilai *Original Sampel* sebesar 0.633 , T statistik 7,703 > 1,96 dan nilai P values 0,000 < 0,05, hal ini menjelaskan bahwa H2 diterima. Orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran memiliki nilai *Original Sampel* sebesar 0,108, T statistik 1,268 < 1,96 dan nilai P values 0,205 > 0,05, hal ini menjelaskan bahwa H3 ditolak. Orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran memiliki nilai *Original Sampel* sebesar 1,106, T statistik 7,549 > 1,96 dan nilai P values 0,000 < 0,05, hal ini menjelaskan bahwa H4 diterima. Keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran memiliki nilai *Original Sampel* sebesar -0,374 , T statistik 2,963 > 1,96 dan nilai P values 0,003 < 0,05, hal ini menjelaskan bahwa H5 diterima. Keunggulan bersaing memediasi orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran memiliki nilai *Original Sampel* sebesar -0,114, T statistik 2,266 < 1,96 dan P values 0,024 > 0,05, hal ini menjelaskan bahwa

H6 diterima. Keunggulan bersaing memediasi orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran memiliki nilai *Original Sampel* sebesar -0,237, T statistik 2,622 < 1,96 dan P values 0,009 > 0,05, hal ini menjelaskan bahwa H7 di terima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan telah melalui tahap pengolahan data maka ditemukanlah bahwa orientasi pasar berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, orientasi pasar tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran, keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran , keunggulan bersaing mampu memediasi orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran dan keunggulan bersaing mampu memediasi orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran. Penelitian ini disarankan menggunakan objek lain dan menambahkan satu variabel baru.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pesisir Selatan.
- [2] Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.
- [3] Husein, Umar. 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada.
- [4] Ghozali, Imam, Hengky Latan. 2015. *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip. Semarang