

ANALISIS PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, INOVASI PRODUK, DAN HUBUNGAN SUPPLIER TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DENGAN KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA UMKM KELOMPOK USAHA MAKANAN DI KABUPATEN KLATEN)

Muhammad Hasyim Kurniawan, Susilo Toto Raharjo¹
Email: muhhasyimk@gmail.com

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50275, Phone: +622476486851

ABSTRACT

ABSTRACT: *The increasing of Indonesia's economic growth depends on the role of industries and SMEs from each region entire Indonesia. Klaten is one of the industry districts which has potential developing SMEs because its supported by the tourism sector there. One of the sector of developing SMEs which popular in Klaten is culinary or food and beverage sector. Similar with other sectors, culinary SMEs also have several issues such as competitiveness, capital access, marketing, supply chains, new competitor, and do not have a plan to facing unexpected events. The purpose of this study is to examine the impact of entrepreneurial orientation, product innovation, and supplier-support toward business performance mediating by competitive advantage in Klaten's culinary SMEs.*

The population is the practitioner of culinary SMEs in Klaten which amounted 1148 persons. This study using 100 participants as sample through questionnaire, then the data analysis conducted using Partial Least Square through SmartPLS 3.2.7 to generate the path coefficient and both direct and indirect impact of exogenous variable to endogenous variable.

The result of analytical statistics test using alpha $\alpha = 0,05$ shows that entrepreneurial orientation has significantly positive impact to business performance and competitive advantage, product innovation has significantly positive impact to business performance and competitive advantage, supplier-support has significantly positive impact to business performance and competitive advantage, and competitive advantage has significantly impact to business performance. Furthermore, it also shows that competitive advantage could mediating indirect relationship between entrepreneurial orientation, product innovation, supplier-support to business performance.

Key words : entrepreneurial orientation, product innovation, supplier-support, competitive advantage, business performance

PENDAHULUAN

Berdasarkan data investasi PMDN tahun 2012-2016 di Indonesia, pada tahun 2016 investasi terbesar diberikan pada industri makanan dan minuman yaitu sebesar Rp21.683.085.000,00. Tingginya pertumbuhan industri makanan dan minuman industri menjadikan sektor ini menjadi satu dari sejumlah sektor yang yang dijadikan prioritas pemerintah dalam mendorong industri sebagai penggerak ekonomi nasional. Maka tidak heran jika sektor industri mamin menjadi salah satu sektor andalan dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

¹ Corresponding author

Permintaan pelanggan yang semakin beragam meningkatkan persaingan yang semakin ketat antara para pelaku industri makanan. Para pengusaha harus menciptakan kreasi pada produk sedemikian rupa sehingga menarik perhatian pelanggan dan membuat produknya lebih unggul dibandingkan dengan para pesaingnya, atau dengan kata lain menciptakan keunggulan bersaing. Hal ini membuat berkembangnya berkembangnya usaha makanan di berbagai tempat di Indonesia, tak terkecuali di Kabupaten Klaten.

Tabel 1
Daftar UMKM Per Wilayah di Kabupaten Klaten
Tahun 2017-2020

Nama Kecamatan	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
Prambanan	22	27	31	42
Gantiwarno	8	9	16	26
Wedi	15	17	24	31
Bayat	12	14	23	35
Cawas	13	16	28	33
Trucuk	18	24	31	37
Kalikotes	10	20	25	32
Kebonarum	4	11	17	24
Jogonalan	18	15	26	38
Manisrenggo	9	14	21	29
Karangnongko	10	13	19	26
Ngawen	20	28	31	43
Ceper	42	51	54	67
Pedan	49	55	60	71
Karandowo	11	21	28	33
Juwiring	12	25	30	46
Wonosari	14	17	25	35
Delanggu	20	24	36	42
Polanharjo	15	18	22	39
Karanganom	16	17	23	31
Tulung	8	14	21	33
Jatinom	10	27	31	38
Kemalang	11	29	37	46
Klaten Selatan	40	51	62	73
Klaten Tengah	84	89	94	103
Klaten Utara	71	75	87	95
JUMLAH TOTAL	556	721	902	1148

Sumber : Badan Pusat Statistik Kab. Klaten

Dari tabel di atas terlihat bahwa total terdapat 1148 UMKM yang sudah terdaftar di Kabupaten Klaten per tahun 2020. Terdapat beragam faktor yang mempengaruhi tercapainya keunggulan bersaing, salah satunya adalah sikap orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh para pelaku bisnis. Beberapa penelitian terdahulu menyatakan bahwa pelaku bisnis yang memiliki orientasi kewirausahaan memiliki kinerja yang lebih baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan hubungan supplier berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan pada Industri makanan di Kabupaten Klaten.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Orientasi Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing

Terdapat keterkaitan antara variabel orientasi kewirausahaan, inovasi, dan kewirausahaan (*new entry*), keterkaitan ini disebut dengan “*triadic connect*” (Ndubisi, 2014). Orientasi kewirausahaan mendukung inovasi di dalam organisasi dan inovasi mendorong munculnya *new entry*. Kewirausahaan dan inovasi merupakan konsep yang sering dihubungkan dengan peningkatan kinerja perusahaan sebagai sumber daya dalam keunggulan bersaing.

Hills dan La Forge (dalam Weerawardena dan Coote 2001) berpendapat bahwa suatu perusahaan harus memiliki pemahaman yang baik mengenai peran kewirausahaan berbasis inovasi dalam keunggulan bersaing agar dapat lebih mengenal pasar yang dihadapi. Muzyka dan Hills (dalam Weerawardena dan Coote 2001) menambahkan untuk dapat lebih memahami kewirausahaan guna mencapai keunggulan bersaing, perusahaan perlu menyelidiki bagaimana model pemasaran yang disusun oleh perusahaan menyesuaikan pasar dan lingkungan.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Weerawardena dan Coote (2001) menunjukkan bahwa kewirausahaan memiliki peranan penting dalam strategi persaingan yang diterapkan oleh perusahaan. Penelitian tersebut menjelaskan bagaimana perusahaan yang berdasarkan kewirausahaan akan memanfaatkan inovasi berbasis teknologi maupun non-teknologi, dan semua inovasi yang diterapkan tersebut mengarah pada keunggulan bersaing berkelanjutan.

Dari berbagai penelitian tersebut maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.

Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing

Menurut Ndubisi (2014), di lingkungan bisnis yang semakin berkembang, dinamis, perusahaan perlu untuk memperbaiki pelayanan dan menambahkan nilai tambah produk melalui berbagai aktivitas kewirausahaan dan inovatif. Inovasi merupakan adopsi dari sebuah idea atau kebiasaan baru yang diterapkan dalam organisasi, yang melibatkan semua dimensi dalam aktivitas organisasi, seperti produk baru, teknologi proses produksi baru, sistem administrasi baru, dan program atau rencana baru dalam organisasi.

Proses inovasi yang diterapkan oleh setiap perusahaan memiliki perbedaan kebutuhan keuangan yang muncul karena perbedaan modal yang dimiliki oleh setiap perusahaan. Tahap *research and development (R&D)* membutuhkan waktu beberapa saat hingga perusahaan benar-benar memutuskan manakah produk yang akan dipasarkan dan pada masa-masa inilah tidak ada keuntungan bagi para investor sehingga harus menyediakan apa yang disebut dengan *long-term patient money*.

Barney (dalam Luno, Cabrera, dan Wiklund, 2007) menjelaskan bagaimana cara untuk menjaga keunggulan bersaing yang berkelanjutan yaitu dengan cara menciptakan penghalang bagi imitasi. Inovasi yang dihasilkan perusahaan harus memiliki nilai tersendiri, orisinal, tidak dapat ditiru, dan sulit untuk digantikan.

Dari berbagai penelitian tersebut maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.

Hubungan Supplier dan Keunggulan Bersaing

Penelitian yang dilakukan oleh Yu Wi et.al (2011) menyatakan bahwa memiliki hubungan yang baik dengan mitra bisnis membawa pengaruh pada keunggulan bersaing suatu perusahaan. Perusahaan perlu menekankan pada evaluasi kapabilitas mitra bisnisnya serta integrasi sumber daya terutama dalam bidang inovasi dan kualitas dalam rangka untuk meningkatkan hubungan dengan mitra melalui kerjasama teknikal dan strategi aliansi. Semua usaha tersebut akan membantu perusahaan untuk mencapai

keunggulan bersaing yang lebih baik serta pertumbuhan kinerja organisasi yang konstan.

Menurut Meyskens (2010), masalah utama yang dihadapi oleh perusahaan yang sedang merintis adalah ketersediaan sumber daya dalam jumlah besar. Cara terbaik untuk mengatasi permasalahan perusahaan yang sedang merintis adalah dengan cara bekerja sama dengan mitra yang dapat menyediakan sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan. Mendapatkan dukungan mitra dari berbagai sektor, mempermudah perusahaan untuk mendapatkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan sehingga mendukung untuk mencapai keunggulan bersaing

Penelitian yang dilakukan oleh Tsou, Cheng, dan Hsu (2015) menemukan bahwa dengan menyeleksi partner yang tepat akan membuat perusahaan memiliki keunggulan bersaing melalui inovasi-inovasi yang diciptakan.

Dari berbagai penelitian tersebut maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

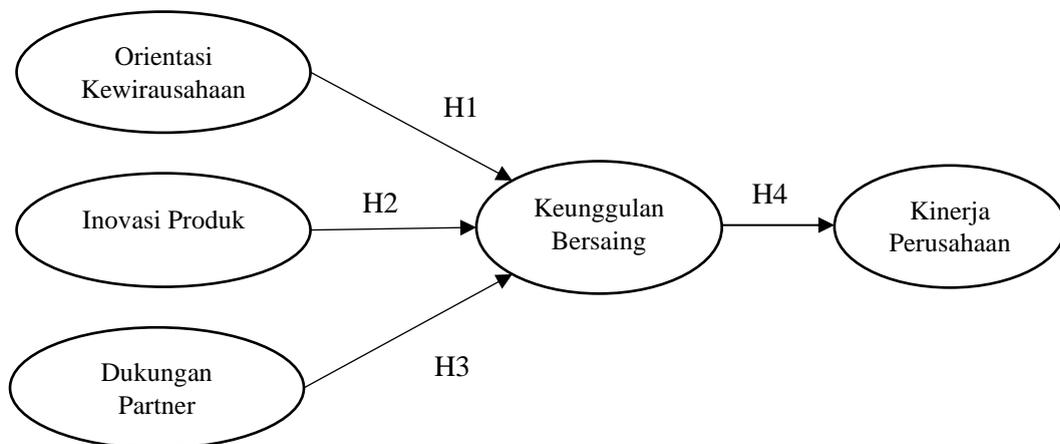
H₃: Hubungan supplier berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.

Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan

Respatya (2001) menjelaskan bahwa perusahaan yang menghasilkan produk maupun jasa harus mulai memperhatikan suatu konsep keunggulan bersaing agar perusahaan dapat bertahan yang akhirnya akan memperoleh laba. Hall (1990) menyatakan bahwa keunggulan bersaing terdiri dari tiga dimensi yaitu: daya tahan lama, tingkat kesulitan untuk dapat ditiru, dan tingkat kemudahan untuk menyamai. Keunggulan bersaing akan mendorong meningkatkan kinerja bisnis UKM melalui pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pelanggan. Hasil penelitian (Chan, *et al.*, 2004) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Lebih lanjut, menurut Ndubisi dan Ifthikar (dalam Ndubisi, 2014) inovasi yang didasarkan pada kewirausahaan berkontribusi terhadap kinerja perusahaan dan keunggulan bersaing.

H4: Keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan

Gambar 1
Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber: Ndubisi (2014), Barney (2007), Tsou et.al (2015)

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini yang berperan sebagai variabel independen adalah orientasi kewirausahaan (X_1), inovasi produk (X_2), dan dukungan partner (X_3). Dalam penelitian ini yang berperan sebagai variabel intervening adalah keunggulan bersaing (Y_1). Dalam penelitian ini yang berperan sebagai variabel dependen adalah kinerja perusahaan (Y_2)

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah industri makanan di kabupaten Klaten. Sampel diambil dengan menggunakan metode *simple random sampling*. Alasan peneliti menggunakan metode ini adalah karena setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih atau terambil. Sampel pada penelitian ini adalah pelaku usaha industri makanan berskala kecil dan menengah di Kabupaten Klaten.

Pada penelitian ini, metode pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar angket atau kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis Partial Least Square (PLS) dengan program *Smart Partial Least Square 3.2.7*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, proses penyebaran kuesioner ditujukan kepada 100 responden yaitu pelaku bisnis pada industri makanan. Beberapa bisnis telah memiliki tempat usaha permanen, namun beberapa lainnya tidak memiliki tempat usaha permanen dan biasa berjualan pada berbagai festival kuliner, seperti Festival Kuliner Semarang yang dan biasa berjualan di alun-alun, taman kota, serta pada Car Free Day disekitar jalan kota Klaten.

Hasil perhitungan regresi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Analisis Outer Model

Terdapat tiga kriteria/tahapan dalam melakukan analisis data untuk menilai outer model dengan menggunakan SmartPLS, yaitu Convergent Validity, Composite Reliability, dan Discriminant Validity.

Nilai *Convergent Validity/Average Variant (AVE)* dan *Composite Reliability*, yang dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2
Nilai Convergent Validity dan Composite Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Orientasi Kewirausahaan (OK)	0,824	0,825	0,895	0,740
Inovasi Produk (IP)	0,890	0,897	0,923	0,751
Hubungan Supplier (HS)	0,935	0,936	0,949	0,755
Keunggulan Bersaing (KB)	0,840	0,845	0,904	0,758
Kinerja Perusahaan (KP)	0,831	0,836	0,898	0,746

Sumber: Data primer yang diolah 2020

Pada tahapan analisis nilai *Convergent Validity* dan *Composite Reliability* ini, nilai suatu variabel dapat dinyatakan valid apabila memenuhi beberapa persyaratan, yaitu: (1)

nilai *Average Variance (AVE)* harus $>0,50$; (2) nilai *Cronbach's Alpha* harus $>0,60$; dan (3) nilai *Composite Reliability* harus $>0,70$. Apabila melihat hasil data pada Tabel 2, dapat diketahui bahwa nilai *Average Variance (AVE)* seluruh variabel mencapai $>0,50$; nilai *Cronbach's Alpha* seluruh variabel mencapai $>0,60$; dan nilai *Composite Reliability* seluruh variabel mencapai $>0,70$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk pada penelitian ini sudah memenuhi kriteria *Convergent Validity* dan *Composite Reliability* secara valid.

Tahapan selanjutnya yang harus dilakukan adalah melihat nilai *Discriminant Validity*, yang dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini:

Tabel 3
Korelasi antar Variabel Laten dengan akar kuadrat AVE

	HS	IP	KB	KP	OK
HS	0.869				
IP	0.622	0.867			
KB	0.659	0.629	0.870		
KP	0.692	0.664	0.686	0.864	
OK	0.534	0.516	0.527	0.572	0.860

Sumber: Data primer yang diolah 2020

Tabel 3 menampilkan matriks korelasi untuk konstruk Diagonal matriks berisi akar kuadrat dari AVE yang harus lebih besar dari elemen diagonal di baris dan kolom yang sesuai untuk konfirmasi dengan validitas diskriminan (Hair, et.al, 2010). Seperti yang ditunjukkan dalam tabel ini, elemen diagonal lebih besar daripada elemen offdiagonal di baris dan kolom yang bersesuaian. Hasilnya menunjukkan bahwa tidak ada korelasi antara dua variabel laten yang lebih besar dari atau bahkan sama dengan AVE akar kuadrat dari dua variabel laten. Hasil menunjukkan validitas diskriminan yang memadai untuk semua konstruksi dalam model konseptual yang diusulkan. Berdasarkan analisis yang dilakukan, model pengukuran dalam tesis ini menunjukkan validitas diskriminan yang memadai yang berarti bahwa semua variabel laten yang diusulkan dalam model berhipotesis berbeda satu sama lain. Secara total, model pengukuran dalam penelitian ini menunjukkan validitas konvergen yang memadai dan validitas diskriminan.

Analisis Inner Model

Analisis *inner model* atau biasa disebut juga model struktural dilakukan untuk menggambarkan hubungan antar variabel dengan melihat nilai *R-Square* model penelitian dan nilai signifikansi dari parameter jalur struktural. *Inner model* hasil data yang telah diolah dapat dilihat pada Gambar 2, yang menjelaskan bahwa *covariance* pengukuran indikator dipengaruhi oleh konstruk laten yang digambarkan melalui bentuk lingkaran dengan beberapa anak panah dari konstruk ke indikator. Model ini menghipotesiskan bahwa perubahan pada konstruk laten mempengaruhi perubahan pada indikator. Terdapat tiga buah variabel eksogen, yaitu: (1) Orientasi Kewirausahaan (OK); (2) Inovasi Produk (IP); dan (3) Hubungan Supplier (HS). Serta terdapat juga dua buah variabel endogen, yaitu: (1) Keunggulan Bersaing (KB); dan (4) Kinerja Perusahaan (KP).

Untuk melihat nilai *inner model* pada *SmartPLS*, dapat diawali dengan melihat nilai *R-Square* pada setiap variabel endogen. Nilai *R-Square* digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel eksogen tertentu terhadap variabel endogen tertentu. Apakah memiliki pengaruh yang substantif? Hasil perhitungan nilai *R-Square* dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4
Nilai R-Square

Variabel	R-Square
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0,000
Inovasi Produk (X2)	0,000
Hubungan Supplier (X3)	0,000
Keunggulan Bersaing (Y1)	0,516
Kinerja Perusahaan (Y2)	0,465

Sumber: Data primer yang diolah 2020

Apabila melihat data pada Tabel 4, dapat diketahui bahwa variabel orientasi kewirausahaan (X1), inovasi produk (X2), dan hubungan supplier (X3) berpengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing (Y1) sebesar 51,6% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Dapat diketahui juga bahwa variabel keunggulan bersaing (Y1) berpengaruh terhadap variabel kinerja perusahaan (Y2) sebesar 46,5% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Tahapan selanjutnya yaitu menghitung *Q-Square* menggunakan rumus berikut ini:

$$Q^2 = 1 - (1 - R1^2) \times (1 - R2^2) \dots \times (1 - RP^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - R1^2 \text{ Keunggulan Bersaing}) \times (1 - R2^2 \text{ Kinerja Perusahaan})$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,516^2) \times (1 - 0,465^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,266) \times (1 - 0,216)$$

$$Q^2 = 1 - 0,575 = \mathbf{0,424}$$

Nilai *Q-Square* digunakan untuk mengetahui seberapa baik nilai berdasarkan observasi yang dihasilkan oleh suatu model penelitian. Dapat diketahui bahwa nilai *Q-Square* pada penelitian ini sebesar 0,424 yang menunjukkan *Q-Square* > 0. Sehingga mengindikasikan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *predictive relevance* yang baik.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan *bootstrapping* pada model penelitian. Selanjutnya dapat dilihat nilai *T Statistic* atau *P Value* dari setiap variabel laten. Penelitian ini menggunakan α (alpha) sebesar 5%. Analisis ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar tingkat signifikansi pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Berikut ini merupakan hasil perhitungan *path coefficients* model penelitian ini:

Tabel 5
Path Coefficient

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values
Hubungan Supplier (HS) - ~> Keunggulan Bersaing (KB)	0,380	0,379	0,092	4,135	0,000
Inovasi Produk (IP) ~> Keunggulan Bersaing (KB)	0,307	0,305	0,078	3,933	0,000
Keunggulan Bersaing (KB) ~> Kinerja Perusahaan (KP)	0,686	0,691	0,042	16,499	0,000
Orientasi Kewirausahaan (OK) ~> Keunggulan Bersaing (KB)	0,165	0,174	0,068	2,413	0,016

Sumber: Data primer yang diolah 2020

Sebuah konstruk formatif akan dinyatakan signifikan apabila memiliki nilai *P Value* lebih kecil dibanding nilai signifikansi 5% (*P Value* < 0,05) serta memiliki nilai *T Statistic* > 1,96. Apabila melihat data pada Tabel 5, dapat diketahui bahwa pengaruh hubungan supplier (HS) terhadap keunggulan bersaing (KB); Inovasi Produk (IP) terhadap keunggulan bersaing (KB); orientasi kewirausahaan (OK) terhadap keunggulan bersaing (KB); keunggulan bersaing (KB) terhadap kinerja perusahaan (KP) memiliki nilai *P Value* < 0,05 dan nilai *T Statistic* > 1,96, sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak (signifikan).

Uji Mediasi (Intervening)

Pada penelitian ini, uji variabel *intervening* dilakukan dengan cara *bootstrapping* model penelitian dengan melihat nilai *T Statistic* dan *P Value* pada uji *specific indirect effects*, sehingga dapat diketahui seberapa berpengaruh/signifikan variabel keunggulan bersaing sebagai variabel *intervening* antara variabel independen (gaya kepemimpinan transformasional dan budaya organisasi) terhadap variabel dependen (kinerja karyawan) sebagai hubungan tidak langsung.

Tabel 6
Specific Indirect Effects

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values
Hubungan Supplier (HS) ~> Keunggulan Bersaing (KB) ~> Kinerja Perusahaan (KP)	0,261	0,263	0,069	3,801	0,000
Inovasi Produk (IP) ~> Keunggulan Bersaing (KB) ~> Kinerja Perusahaan (KP)	0,211	0,211	0,056	3,764	0,000
Orientasi Kewirausahaan (OK) ~> Keunggulan Bersaing (KB) ~> Kinerja Perusahaan (KP)	0,113	0,120	0,047	2,430	0,015

Sumber : Data primer yang diolah 2020

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas, diperoleh hasil bahwa :

1. P value pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan dengan dimediasi oleh keunggulan bersaing adalah sebesar 0,015 dan t statistik 2,430, oleh karena p value $< 0,05$ dan t statistik $> 1,96$ maka disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan dengan dimediasi oleh keunggulan bersaing
2. P value pengaruh inovasi produk terhadap kinerja perusahaan dengan dimediasi oleh keunggulan bersaing adalah sebesar 0,000 dan t statistik 3,764, oleh karena p value $< 0,05$ dan t statistik $> 1,96$ maka disimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan dengan dimediasi oleh keunggulan bersaing
3. P value pengaruh hubungan supplier terhadap kinerja perusahaan dengan dimediasi oleh keunggulan bersaing adalah sebesar 0,000 dan t statistik 3,801, oleh karena p value $< 0,05$ dan t statistik $> 1,96$ maka disimpulkan bahwa hubungan supplier berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan dengan dimediasi oleh keunggulan bersaing.

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing

H1: Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan program aplikasi Smart Partial Least Square (PLS) 3.2.7, dapat diketahui bahwa variabel orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 4.16 yang menunjukkan nilai T Statistic sebesar $2,413 > 1,96$ dan nilai P Value sebesar $0,016 < 0,05$ (batas signifikan 5%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

H2: Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan program aplikasi Smart Partial Least Square (PLS) 3.2.7, dapat diketahui bahwa variabel inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 4.16 yang menunjukkan nilai T Statistic sebesar $3,933 > 1,96$ dan nilai P Value sebesar $0,000 < 0,05$ (batas signifikan 5%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

Pengaruh Hubungan Supplier terhadap Keunggulan Bersaing

H3: Hubungan supplier berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan program aplikasi Smart Partial Least Square (PLS) 3.2.7, dapat diketahui bahwa variabel hubungan supplier memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 4.16 yang menunjukkan nilai T Statistic sebesar $4,135 > 1,96$ dan nilai P Value sebesar $0,000 < 0,05$ (batas signifikan 5%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan

H4: Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan program aplikasi Smart Partial Least Square (PLS) 3.2.7, dapat diketahui bahwa variabel keunggulan bersaing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 4.16 yang menunjukkan nilai T Statistic sebesar $16,499 > 1,96$ dan nilai P Value sebesar $0,000 < 0,05$ (batas signifikan 5%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yang berjudul analisis data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dari penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis PLS diperoleh bahwa variabel Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Hal ini berarti bahwa Orientasi kewirausahaan yang semakin baik akan meningkatkan Keunggulan bersaing.
2. Hasil analisis PLS diperoleh bahwa variabel Inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Hal ini berarti bahwa Inovasi produk yang semakin baik akan meningkatkan Keunggulan bersaing.
3. Hasil analisis PLS diperoleh bahwa variabel Hubungan supplier memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Hal ini berarti bahwa Hubungan supplier yang semakin baik akan meningkatkan Keunggulan bersaing.
4. Hasil analisis PLS diperoleh bahwa variabel Keunggulan bersaing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja perusahaan. Hal ini berarti bahwa Keunggulan bersaing yang semakin baik akan meningkatkan Kinerja perusahaan.

Saran untuk Penelitian Mendatang

Keterbatasan dan kelemahan penelitian ini dapat diperbaiki pada penelitian-penelitian berikutnya. Beberapa saran dari peneliti yang dapat menjadi masukan bagi penelitian selanjutnya adalah melakukan replikasi penelitian dengan menambah variabel-variabel baru yang dipandang mempunyai pengaruh terhadap kinerja perusahaan, seperti Orientasi Pasar (Asashi, 2017), Orientasi Pembelajaran (Susilowati, 2014), Kualitas Layanan (Jelcic, 2014). Kedua, penelitian ini hanya mencakup UMKM yang berada di sebagian wilayah Kabupaten Klaten. Sehingga penelitian selanjutnya akan lebih baik jika memperluas secara keseluruhan wilayah Kabupaten Klaten sehingga dapat memungkinkan adanya hasil analisis yang berbeda dengan penelitian ini.

REFERENSI

- Beaver, Graham, dan Christopher Prince. 2002. "Innovation, Entrepreneurship and Competitive Advantage in The Entrepreneurial Venture". *Journal of Small Business and Enterprise Development* 9, no. 1: 28-37.
- Beaver, Graham, dan Jennings. 2005. "Competitive Advantage and Entrepreneurial Power The Dark Side of Entrepreneurship". *Journal of Small Business and Enterprise Development*, no. 12: 9- 23.
- Chen, I, J., Paulraj, A., 2004. Toward a Theory Of Supply Chain Management : The Constructs And Measurements. *Journal Of Operation Management*.
- Ferdinand, Agusty. 2014. Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam dan Latan. 2015. "Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Smartpls 3.0, Edisi 2". Universitas Diponegoro.
- Heizer, Jay, dan Barry Render. 2008. *Operations Management*. New Jersey: Pearson

- Prentice Hall. Jacobs, Roberts, dan Richard Chase. 2005. *Manajemen Operasi dan Rantai Pasokan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Luthans, F. 2005. *Organizational Behavior*. New York: McGraw-hill. Mangkunegara, Anwar Prabu. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Meyskens. 2010. "How Do Suppliership Lead to a Competitive Advantage? Applying the Resource Based View to Nascent Social Ventures". *FIU Electronic Theses and Dissertations*. Paper 238.
- Miles, Morgan, dan Darroch. 2006. "Large Firms, Entrepreneurial Marketing Processes, and the Cycle of Competitive Advantage". *European Journal of Marketing*, no.40: 485-501.
- Ndubisi. 2014. "Entrepreneurship and Service Innovation". *Journal of Business & Industrial Marketing*, no. 29: 449-453.
- Perez-Luno, Ana, Ramon Valle Cabrera, dan Johan Wiklund. 2007. "Innovation and Imitation as Sources of Sustainable Competitive Advantage". *Management Research: Journal of the Iberoamerican Academy of Management*, no.5: 71-82.
- Porter, Michael, dan Maulana. 1993. *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Rivai, Vethzal, dan Basri. 2005. *Performance Appraisal: Sistem yang Tepat Untuk Menilai Kinerja Karyawan dan Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Tsou, Hung-Tai, Colin C.J. Cheng, dan Hsuan-Yu Hsu. 2015. "Selecting Business Supplier for Service Delivery Co-Innovation and Competitive Advantage". *Management Decision*, no. 53: 2107-2134.
- Weerawardena, Jay, dan Leonard Coote. 2001. "An Empirical Investigation into Entrepreneurship and Organizational Innovation-based Competitive Strategy". *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, no.3: 51-70.
- Wiklund, Johan, dan Shepherd. 2003. "Knowledge-Based Resources, Entrepreneurial Orientation, and the Performance of Small and Medium-Sized Business". *Strategic Management Journal*, no. 24: 1307-1314.
- Yi Wu dkk. 2011. "A Study of the Relationship Among Supplier Capability, Suppliership, and Competitive Advantage in Taiwan's Semiconductor Industry". *International Journal of Electronic Business Management*, no. 9: 122-138.