

**Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bersaing
terhadap Kinerja Penjualan *Home Industry* Anyaman Bambu
(Studi pada Produk Peralatan Rumah Tangga Anyaman Bambu Desa Cibuyur,
Pemalang)**

Suswanti¹, Wahyu Hidayat²

Email: swt14swt@gmail.com

Abstract: Bamboo is a plant of Indonesian society that has been widely known and holds a very important role in people's lives. Bamboo handicrafts made in order to meet the needs of the household appliance. Competition bamboo products occur both inside and outside the city are very tight even competition ensued with substitute goods such as plastic and glass. Conditions of tight competition makes producers of woven bamboo should further enhance the value of the function and form of the bamboo.

This research aims to determine the effect of market orientation (X^1), entrepreneurial orientation (X^2) and competitive strategy (X^3) impact on sales performance (Y) home industry of woven bamboo in village Cibuyur subdistrict Warungpring province Pemalang. The population in this research are all producers of woven bamboo in village Cibuyur. The sample in this research was 50 respondents who produces woven bamboo taken by sampling method saturated. Data collection is done by using a questionnaire. This type of study used survey research of explanatory. The measured of scale is using Likert scale. In the analysis data using the validity, reliability, a correlation coefficient, the determine coefficient, simple linear regression regression analysis linear multiple, t test, f test by using the SPSS 16.0 tools.

The results show variable market orientation, competitive strategy and sales performance had categorization a enough answer, while the entrepreneurial orientation is the agree answer. The influence market orientation of the sales performance t count (11,258) > t table (2,0106), there is no influence entrepreneurial orientation of sales performance t count (1,919) < t table (2,0106), influence competitive strategy of the sales performance t count (12,192) > t table (2,0106) and influence market orientation, entrepreneurial orientation and , competitive strategy of the sales performance an f count (61,767) > F table (2,81).

The conclusion all of variable independent in this study had influence on variable depend in simultaneous, while market orientation and competitive strategy had

¹ Suswanti, Universitas Diponegoro, swt14swt@gmail.com

² Wahyu Hidayat, Universitas Diponegoro

influence on sales performance in partial. Producers of woven bamboo Cibuyur village, Pemalang must improve its business spirit, thus created a product capable of competing in the market and continued demand by consumers.

Keywords: market orientation, entrepreneurial orientation, competitive strategy, sales performance, woven bamboo

Abstraksi: Bambu merupakan tanaman masyarakat Indonesia yang sudah dikenal secara luas dan memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Bambu dibuat kerajinan guna memenuhi kebutuhan alat rumah tangga. Persaingan produk bambu terjadi baik dari dalam maupun luar kota sangat ketat bahkan persaingan terjadi dengan barang-barang substitusi seperti plastik dan kaca. Kondisi persaingan yang semakin ketat membuat produsen anyaman bambu harus lebih meningkatkan nilai fungsi dan bentuk terhadap anyaman bambu.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Orientasi Pasar (X^1), Orientasi Kewirausahaan (X^2) dan Strategi Bersaing (X^3) dan pengaruhnya terhadap Kinerja Penjualan (Y) pada *home industry* anyaman bambu di Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pemalang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh produsen anyaman bambu di Desa Cibuyur. Sampel dalam penelitian ini adalah 50 orang responden yang menjadi produsen anyaman bambu yang diambil secara sampling jenuh. Pengumpulan datanya dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survei eksplanasi. Skala pengukurannya menggunakan skala *Likert*. Pada analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linier sederhana, analisis regresi linier berganda, uji t dan uji F dengan menggunakan alat bantu SPSS 16.0.

Hasil dan pembahasan menunjukkan jika variabel orientasi pasar, strategi bersaing dan kinerja penjualan memiliki kategorisasi jawaban yang cukup, sedangkan variabel orientasi kewirausahaan berada pada kategori setuju. Terdapat pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja penjualan dengan nilai t hitung (11,258) > t tabel (2,0106), tidak terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja penjualan dengan t hitung (1,919) < t tabel (2,0106), terdapat pengaruh strategi bersaing terhadap kinerja penjualan dengan t hitung (12,192) > t tabel (2,0106) dan pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan strategi bersaing terhadap kinerja penjualan dengan nilai F hitung (61,767) > F tabel (2,81).

¹ *Suswanti, Universitas Diponegoro, swt14swt@gmail.com*

² *Wahyu Hidayat, Universitas Diponegoro*

Kesimpulan seluruh variabel independen dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap variabel independen secara simultan, sementara orientasi pasar dan strategi bersaing memiliki pengaruh secara parsial terhadap kinerja penjualan. Produsen anyaman bambu Desa Cibuyur, Pemalang harus meningkatkan jiwa usahanya, dengan demikian produk yang diciptakan mampu bersaing di pasar dan terus diminati oleh konsumen.

Kata kunci: orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, strategi bersaing, kinerja penjualan, anyaman bambu

Pendahuluan

Industri rumah tangga atau *home industry* merupakan suatu peluang usaha yang mulai bermunculan dalam era sekarang karena semakin sempitnya lapangan kerja yang tersedia. Usaha dalam bentuk *home industry* seperti ini dapat dikelola di dalam rumah sehingga dapat dipantau setiap saat. Menurut Kamus Besar Indonesia industri adalah kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan. Industri ringan merupakan usaha pembuatan atau produksi barang-barang yang bahan bakunya dari kerta, kayu, rotan, bambu dan sebagainya (bukan dari besi atau baja).

Menurut data BPS tahun 2014, UMKM di Indonesia sebanyak 57,89 juta unit, dari jumlah tersebut memiliki kontribusi terhadap kesempatan kerja 96,99%, pembentukan PDB sebesar 60,34% dan penambahan devisa negara dalam bentuk penerimaan ekspor sebesar 27.700 milyar. Tahun 2007 pemerintah mencanangkan program “*One Village, One Product*” dengan tujuan untuk membangun kemandirian dan kesejahteraan ekonomi lokal dengan mengandalkan khas dan kebudayaan lokal yang berpotensi.

Desa Cibuyur merupakan sentra anyaman bambu di Kabupaten Pemalang, produk anyaman bambu memiliki prospek yang cukup tinggi sekalipun sudah kalah pamor dengan barang yang lebih modern dan praktis. Meskipun sudah kalah pamor, produsen anyaman bambu Desa Cibuyur tetap memproduksi. Produk rumah tangga yang diproduksi antara lain tampah untuk membersihkan beras, besek/piti sebagai tempat makanan atau juga dapat untuk menanak nasi secara tradisional, geribik digunakan untuk menjemur gabah atau untuk alas tidur, ilir/kipas untuk penyejuk badan atau kipas sate dan tudung saji untuk menutupi makanan. Tanaman bambu di Desa Cibuyur cukup mudah untuk ditemukan.

¹ *Suswanti, Universitas Diponegoro, swt14swt@gmail.com*

² *Wahyu Hidayat, Universitas Diponegoro*

Tabel 1
Data Penjualan *home industry* Anyaman Bambu Desa Cibuyur
Tahun 2013 – 2015

Tahun	Data Penjualan (Rp.)	Naik/Turun*
2013	63.600.000	-
2014	48.450.000	15.150.000*
2015	36.700.000	11.750.000*

Sumber: Data primer diolah, 2017

Sekalipun Desa Cibuyur merupakan sentra anyaman bambu bukan berarti tidak terdapat kendala dalam melakukan penjualan, kendala tersebut antara lain belum maksimal berorientasi pasar seperti dalam menjalankan kegiatan pemasaran yang masih bersifat konvensional dan belum maksimal memanfaatkan teknologi informasi untuk mempercepat pelayanan dan memperluas akses pasar, kendala lainnya seperti keterbatasan sarana produksi, keterbatasan akses permodalan sebab harga bahan baku semakin mahal, keterampilan generasi muda yang kurang dan semangat berwirausaha yang tidak maksimal. Persaingan produk pun tidak hanya datang dari barang substitusi, namun juga dari produk sejenis, persaingan tersebut datang dari dalam kota maupun luar kota seperti Tegal, Purwokerto dan Pekalongan.

Dalam menjalankan suatu usaha diperlukan suatu konsep pemasaran guna memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Untuk mencapai kinerja penjualan *home industry* anyaman bambu yang baik maka harus mempertimbangkan sejumlah faktor yang mempengaruhinya seperti: orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan strategi bersaing.

Orientasi pasar memiliki tiga komponen yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi interfunksional (Narver dan Slater, 1990: 21). Konsep orientasi pasar sangat diperlukan oleh produsen anyaman bambu dengan fokus dan menyeimbangkan ketiga komponennya, konsep ini diperlukan untuk memperoleh kinerja penjualan *home industry* yang lebih baik. Tiga komponen dalam orientasi pasar memiliki pemahaman tersendiri jika dilaksanakan di dalam *home industry*, orientasi pelanggan adalah pemahaman yang cukup terhadap konsumen, orientasi pesaing adalah memahami kekuatan dan kelemahan saat ini maupun kapabilitas dan strategi jangka panjang pesaing-pesaing yang ada serta pesaing-pesaing potensial dan koordinasi interfunksional adalah koordinasi antar semua bagian yang ada di dalam organisasi.

Orientasi kewirausahaan menurut Lumpkin dan Dess dalam Arshad, Rasli dan Zain, (2014) konsep orientasi kewirausahaan dikembangkan dengan konstruk multidimensi

¹ *Suswanti, Universitas Diponegoro, swt14swt@gmail.com*

² *Wahyu Hidayat, Universitas Diponegoro*

meliputi dimensi inovasi, pengambilan risiko, kompetensi agresif, otonomi dan sikap proaktif. Kecakapan produsen anyaman bambu dalam berwirausaha sangat diperlukan guna mencari kesempatan-kesempatan baru baik dalam mencari pasar maupun memahami keinginan konsumen.

Strategi bersaing menurut Porter (1992: 31) antara lain keunggulan biaya menyeluruh, diferensiasi produk dan fokus terhadap perkembangan pasar. Dengan melaksanakan strategi bersaing maka *home industry* anyaman bambu mampu memiliki keunggulan bersaing dibanding dengan pesaingnya.

Kinerja usaha/bisnis dapat ditunjukkan melalui keberhasilan *home industry* dalam melakukan penjualan produk di pasar, kinerja penjualan merupakan kegiatan yang memberikan pengaruh positif terhadap efektivitas organisasi penjualan, dengan harapan penjualan meningkat dan mendapatkan laba sebesar-besarnya. Ferdinand (2000: 125) menyatakan keberhasilan kinerja suatu usaha dalam usaha penjualan dapat diukur dalam tiga besaran nilai utama yaitu, nilai penjualan, pertumbuhan penjualan dan porsi pasar yang bermuara pada keuntungan suatu usaha.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja penjualan *home industry* Anyaman Bambu di Desa Cibuyur?
2. Seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja penjualan *home industry* Anyaman Bambu di Desa Cibuyur?
3. Seberapa besar pengaruh strategi bersaing terhadap kinerja penjualan *home industry* Anyaman Bambu di Desa Cibuyur?
4. Seberapa besar pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan strategi bersaing terhadap kinerja penjualan *home industry* Anyaman Bambu di Desa Cibuyur?

Kajian Teori

Home Industry

Istilah *home industry* atau usaha di rumah adalah tempat tinggal yang merangkap tempat usaha, baik itu berupa jasa, kantor hingga perdagangan. Industri menurut Kamus Besar Indonesia memiliki arti kegiatan memproses atau mengolah barang (bahan baku) dengan menggunakan sarana dan peralatan. Kriteria Usaha Mikro UU No. 20 tahun 2008 digolongkan berdasarkan kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, tenaga kerja tetap berdasarkan data BPS yaitu hingga 4 orang.

¹ *Suswanti, Universitas Diponegoro, swt14swt@gmail.com*

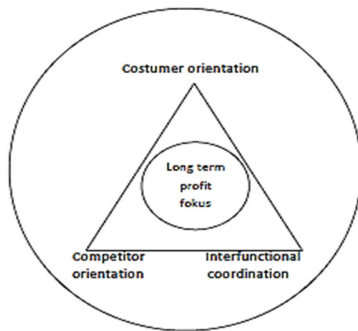
² *Wahyu Hidayat, Universitas Diponegoro*

Orientasi Pasar

Orientasi pasar adalah budaya organisasi yang paling efektif dan efisien dalam menciptakan perilaku yang diperlukan untuk penciptaan nilai unggul bagi pelanggan sehingga dapat menghasilkan kinerja penjualan *home industry* yang unggul secara berkesinambungan. Orientasi pasar memiliki 3 komponen yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi interfunksional (Narver dan Slater, 1990: 21). Konsep orientasi pasar sangat diperlukan untuk memfokuskan dan menyeimbangkan agar memperoleh kinerja usaha yang lebih baik.

Gambar 1

Market Orientation



Sumber: Narver dan Slater (1990: 21)

Orientasi Kewirausahaan

Kecakapan produsen dalam suatu usaha sangat diperlukan guna mencari kesempatan-kesempatan baru baik dalam mencari pasar maupun memahami keinginan konsumen. Orientasi kewirausahaan dikembangkan oleh suatu konstruk yang multidimensi meliputi dimensi inovasi, pengambilan risiko, kompetisi agresif, otonomi dan sikap proaktif (Lumpkin dan Dess dalam Arshad, Rasli dan Zain, 2014).

Strategi Bersaing

Strategi bersaing ditujukan untuk menjawab permasalahan bagaimana perusahaan harus bersaing dengan pesaing dalam industri sejenis. Dengan adanya strategi bersaing maka perusahaan akan mampu memiliki keunggulan bersaing dibanding pesaingnya. Menurut Porter strategi bersaing terbagi menjadi tiga menurut Porter (1992: 31) antara lain keunggulan biaya menyeluruh (*low cost*) diferensiasi produk dan fokus terhadap perkembangan pasar.

¹ Suswanti, Universitas Diponegoro, swt14swt@gmail.com

² Wahyu Hidayat, Universitas Diponegoro

Gambar 2
Tiga Strategi Porter

KEUNGGULAN STRATEGIS

TINGKAT STRATEGIS		Biaya Rendah	Diferensiasi
	Sasaran luas	1. Keunggulan biaya	2. Diferensiasi
	Cakupan Persaingan	3A. Fokus biaya	3B. Fokus Diferensiasi
	Sasaran sempit		

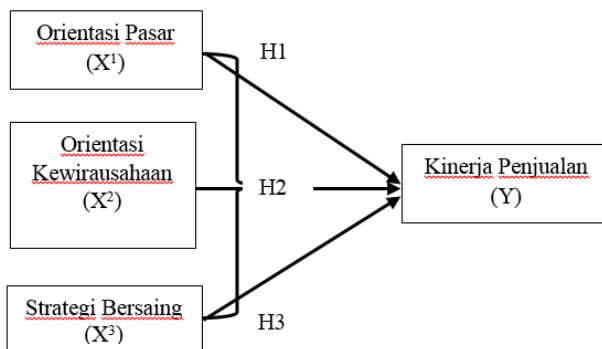
Sumber: Porter, 1994: 35

Kinerja Penjualan

Kinerja usaha/bisnis dapat ditunjukkan melalui keberhasilan perusahaan dalam melaksanakan penjualan produk di pasar, kinerja penjualan merupakan kegiatan yang memberikan pengaruh positif terhadap efektifitas organisasi penjualan dengan harapan penjualan meningkat dan mendapatkan laba sebesar-besarnya. Menurut Ferdinand (2000: 125), keberhasilan kinerja suatu usaha dalam penjualan dapat diukur dalam tiga besaran utama yaitu, nilai penjualan, pertumbuhan dan porsi pasar yang bermuara pada keuntungan suatu usaha.

Model hipotesis yang digunakann dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 3
Model Hipotesis



Sumber: Diolah dan dikembangkan untuk penelitian, 2016

Hipotesis pada penelitian ini adalah:

1. Diduga ada pengaruh antara orientasi pasar terhadap kinerja penjualan *home industry* Anyaman Bambu di Desa Cibuyur.
2. Diduga ada pengaruh antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja penjualan *home industry* Anyaman Bambu di Desa Cibuyur.

¹ Suswanti, Universitas Diponegoro, swt14swt@gmail.com

² Wahyu Hidayat, Universitas Diponegoro

3. Diduga ada pengaruh antara strategi bersaing terhadap kinerja penjualan *home industry* Anyaman Bambu di Desa Cibuyur.
4. Diduga ada pengaruh antara orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan strategi bersaing terhadap kinerja penjualan *home industry* Anyaman Bambu di Desa Cibuyur.

Metode

Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory* yaitu penelitian yang bermaksud menyoroti hubungan variabel-variabel penelitian kemudian menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Selain itu juga menjelaskan pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat, serta untuk menguji hipotesis yang diajukan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik *home industry* anyaman bambu Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring, Pemalang yang berjumlah 50 orang dengan asumsi terdapat *home industry* anyaman bambu Desa Cibuyur yang pemasarannya masih belum maksimal.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono: 2010: 116). Berdasarkan pendapat tersebut, maka yang menjadi sampel yang dimaksud di atas adalah seluruh pemilik *home industry* anyaman bambu di Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pemalang yang berjumlah 50 orang. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel jenuh atau dikenal juga dengan sensus. Teknik ini dipergunakan dengan tujuan agar dapat memperoleh hasil yang lebih akurat. Skala pengukuran menggunakan *Likert* dan instrument yang digunakan adalah kuesioner.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kuantitatif menggunakan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana dan berganda, uji t dan uji F dengan menggunakan SPSS versi 16.0.

Hasil

Hasil penelitian ini mencoba menjawab hipotesis yang dirumuskan dengan melakukan uji korelasi, uji determinasi, uji t (uji signifikansi parsial) dan uji F (uji signifikansi simultan) dengan menggunakan alat uji SPSS versi 16.0. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

¹ *Suswanti, Universitas Diponegoro, swt14swt@gmail.com*

² *Wahyu Hidayat, Universitas Diponegoro*

Tabel 1
Hasil penelitian secara parsial

No.	Uji Hipotesis	Hasil Uji			
		Korelasi	Determinasi	t hitung	Keterangan Hipotesis
1.	Orientasi Pasar terhadap Kinerja Penjualan	0.852	0.720	11.258	Ha diterima
2.	Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Penjualan	0.267	0.071	1.919	Ho diterima
3.	Strategi Bersaing terhadap Kinerja Penjualan	0.869	0.756	12.192	Ha diterima

Sumber: Data yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 1, dapat diketahui bahwa hasil uji t (uji signifikansi parsial) menunjukkan bahwa:

- Orientasi pasar terdapat pengaruh terhadap kinerja penjualan, dimana t hitung (11.258) > t tabel (2.0106).
- Orientasi kewirausahaan tidak terdapat pengaruh terhadap kinerja penjualan, dimana t hitung (1.919) < t tabel (2.0106).
- Strategi bersaing terdapat pengaruh terhadap kinerja penjualan, dimana t hitung (12.192) > t tabel (2.0106).

Tabel 2
Hasil penelitian secara simultan

Uji Hipotesis	Hasil Uji			
	Korelasi	Determinasi	F hitung	Keterangan Hipotesis
Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bersaing terhadap Kinerja Penjualan	0.895	0.801	61.767	Ha diterima

Sumber: Data yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui bahwa hasil uji F (uji signifikansi simultan) menunjukkan bahwa:

¹ *Suswanti, Universitas Diponegoro, swt14swt@gmail.com*

² *Wahyu Hidayat, Universitas Diponegoro*

Orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan strategi bersaing secara bersama-sama terdapat pengaruh positif dan signifikan, dimana F hitung (61.767) > F tabel (2.81).

Pembahasan

Narver dan Slater (1990: 21) terdapat tiga komponen perilaku dalam orientasi pasar yaitu orientasi pelanggan pemahaman mengenai target pasar sehingga produk tepat sasaran pada konsumennya, orientasi pesaing pemahaman mengenai strategi yang digunakan pesaing dan koordinasi interfunksional melaksanakan diskusi internal untuk membahas kinerja usahanya. Hasil akhir dari penelitian ini produsen anyaman bambu Desa Cibuyur cukup setuju dalam melaksanakan orientasi pasar untuk meningkatkan kinerja penjualan produknya. Pada penelitian ini nilai koefisien determinasi yang diperoleh oleh variabel orientasi pasar adalah sebesar 0.725 atau 72.5%, sedangkan sisanya 27,5% diperoleh dari variabel yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian hipotesis ini. Selain itu diperoleh nilai t hitung (11.258) > t hitung (2.0106), sehingga Ho ditolak dan Ha diterima.

Lumpkin dan Dess dalam Arshad, Rasli dan Zain (2014) terdapat lima dimensi di dalam orientasi kewirausahaan yaitu kemampuan inovatif, memiliki sikap proaktif, berani mengambil risiko, memiliki keagresifan dalam bersaing serta otonomi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan nilai koefisien determinasi orientasi kewirausahaan terhadap kinerja penjualan *home industry* anyaman bambu Desa Cibuyur, Pemalang sebesar 0.071 atau 7.1%. Hal ini berarti sumbangan yang diberikan oleh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja penjualan sebesar 7.1, sedangkan sisanya 92.9% diperoleh dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian hipotesis ini. Selain itu diperoleh nilai t hitung (1.919) < t hitung (2.0106), sehingga Ho diterima dan Ha ditolak.

Porter (1992: 31) strategi bersaing yang diterapkan yaitu menerapkan keunggulan biaya menyeluruh, melakukan diferensiasi produk dan fokus terhadap target pasar sasaran. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terdapat hasil dari koefisien determinasi sebesar 0.756 atau 75.6%. Hal ini berarti strategi bersaing memiliki sumbangan terhadap kinerja penjualan *home industry* anyaman bambu Desa Cibuyur, Pemalang sebesar 75.6% sedangkan sisanya 24.4% tidak dimasukkan dalam penelitian hipotesis ini. Diperoleh nilai t hitung (12.192) > t hitung (2.0106), sehingga Ho ditolak dan Ha diterima.

¹ *Suswanti, Universitas Diponegoro, swt14swt@gmail.com*

² *Wahyu Hidayat, Universitas Diponegoro*

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 50 responden berkaitan dengan pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan strategi bersaing terhadap kinerja penjualan *home industry* anyaman bambu Desa Cibuyur, Pemalang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Orientasi Pasar (X^1) yang diterapkan *home industry* anyaman bambu dikategorikan tinggi yaitu 66% (cukup setuju). Namun masih terdapat indikator yang di bawah rata-rata yaitu indikator yang mampu mengetahui kelebihan dan kelemahan pesaing dari aktivitas dan strateginya. Variabel Orientasi Pasar (X^1) memiliki hubungan sebesar 0,852 terhadap Kinerja Penjualan (Y), Orientasi Pasar memiliki dampak terhadap Kinerja Penjualan *home industry* anyaman bambu Desa Cibuyur, Pemalang sebesar 72,5% dan mempunyai pengaruh sebesar 0,436.
2. Orientasi Kewirausahaan (X^2) yang diterapkan *home industry* anyaman bambu dikategorikan tinggi yaitu 58% (setuju). Namun masih terdapat indikator yang di bawah rata-rata yaitu indikator yang mampu mengetahui kelebihan dan kelemahan pesaing dari aktivitas dan strateginya. Variabel Orientasi Kewirausahaan (X^2) memiliki hubungan sebesar 0,267 terhadap Kinerja Penjualan (Y), Orientasi Kewirausahaan memiliki dampak terhadap Kinerja Penjualan *home industry* anyaman bambu Desa Cibuyur, Pemalang sebesar 7,1% dan mempunyai pengaruh sebesar 0,164.
3. Strategi Bersaing (X^3) yang diterapkan *home industry* anyaman bambu dikategorikan tinggi yaitu 84% (cukup setuju). Namun masih terdapat indikator yang di bawah rata-rata yaitu indikator yang mampu mengetahui kelebihan dan kelemahan pesaing dari aktivitas dan strateginya. Variabel Strategi Bersaing (X^3) memiliki hubungan sebesar 0,869 terhadap Kinerja Penjualan (Y), Strategi Bersaing memiliki dampak terhadap Kinerja Penjualan *home industry* anyaman

¹ Suswanti, Universitas Diponegoro, swt14swt@gmail.com

² Wahyu Hidayat, Universitas Diponegoro

bambu Desa Cibuyur, Pemalang sebesar 75,6% dan mempunyai pengaruh sebesar 0,622.

4. Terdapat hubungan Orientasi Pasar (X^1), Orientasi Kewirausahaan (X^2) dan Strategi Bersaing (X^3) terhadap Kinerja Penjualan (Y) sebesar 0,895 sangat kuat dan memiliki pengaruh sebesar 80,1%.
5. Strategi Bersaing (X^3) memiliki pengaruh lebih besar terhadap Kinerja Penjualan (Y) sebesar 0,373 dibanding dengan dua variabel lainnya yaitu Orientasi Pasar (X^1) dan Orientasi Kewirausahaan (X^2).
6. Variabel Orientasi Pasar (X^1), Orientasi Kewirausahaan (X^2) dan Strategi Bersaing (X^3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Penjualan (Y).

Saran

Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden *home industry* anyaman bambu Desa Cibuyur, Pemalang yang ada pada bab 3, saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut:

1. Pelaku *home industry* anyaman bambu seharusnya menciptakan produk sesuai dengan permintaan konsumen sehingga produk anyaman bambu dapat berkembang dan mampu bersaing dengan produk-produk lainnya yang terutama produk plastik, dalam menciptakan produk pelaku *home industry* anyaman bambu harus membuat produk yang lebih unggul dari pesaing agar dapat menjual produk lebih baik dan lebih menarik minat beli konsumen serta pelaku *home industry* anyaman bambu mempelajari strategi bisnis yang digunakan pesaing agar penjualan produknya lebih besar.
2. Orientasi kewirausahaan harus lebih ditingkatkan agar jiwa usaha pada pemilik *home industry* anyaman bambu berkembang yaitu dengan menciptakan produk sesuai dengan perkembangan pasar apalagi adanya produk plastik menjadi persaingan yang kuat dan juga banyaknya pesaing pada produk yang sama baik dari dalam kota maupun dari luar kota seperti kota Tegal, Pekalongan dan Purwokerto, pelaku *home industry* anyaman bambu harus melihat kondisi pasar

¹ *Suswanti, Universitas Diponegoro, swt14swt@gmail.com*

² *Wahyu Hidayat, Universitas Diponegoro*

dalam membuat produk agar produknya mampu bersaing di pasar serta dalam menjual produk harus mempelajari pemasaran yang efektif yaitu dengan menjual produk secara berkelanjutan baik di pasar harian, mingguan dan bulanan, menjual langsung pada tengkulak atau pada pelanggan, berjualan keliling serta menjual produk langsung dirumah.

3. Pelaku *home industry* anyaman bambu membeli bambu di petani langsung dengan demikian harga yang diberikan oleh petani sedikit lebih murah karena petani tidak meminta uang transportasi atau biaya antar sedangkan jika di depot harga akan naik dari petani sebab untuk mendapatkan laba dan produsen harus menciptakan produk yang lebih unik, seperti membuat bentuk/model dan pewarnaan lebih menarik dari produk pesaing agar konsumen tertarik dalam membeli.
4. Dalam meningkatkan kinerja penjualan *home industry* mengevaluasi merupakan hal yang sangat diperlukan sekalipun usaha tersebut merupakan usaha keluarga karena persaingan bisnis sekarang ini sangat kuat. Pelaku *home industry* anyaman bambu harus menciptakan produk yang membuat konsumen melakukan pembelian secara berulang-ulang dan harus membuat konsumen puas sehingga mampu mempengaruhi konsumen lainnya sehingga produknya mampu menguasai

¹ *Suswanti, Universitas Diponegoro, swt14swt@gmail.com*

² *Wahyu Hidayat, Universitas Diponegoro*