

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH

(Studi pada IKM Furniture di Kota Semarang)

Astri Wulaningtyas¹, Widiartanto²

Email : astriwulaningtyas@gmail.com

Abstract

The performance of a business unit can be affected by a variety of factors, both internal and external company factors. The purpose of this research is to know the influence of the entrepreneurial orientation, market orientation and competitive advantage against the business performance of small and medium enterprises. The research type is explanatory research. This study uses purposive sampling techniques against small and medium furniture industries in Semarang. Data collecting using a questionnaire and interviews. Data analysis using simple and doubled linier regression analysis with IBM SPSS 20. Results of statistical analysis known that together the entrepreneurial orientation, market orientation, and competitive advantage effect on the business performance. The conclusion from this study is that there is a positive and significant influence between entrepreneurial orientation, market orientation, and competitive advantage to business performance of the small and medium furniture industries in Semarang. Research suggest that IKM improve proactivity and looking for opportunities in entrepreneurship, improve market orientation and competitiveness so that IKM can continue to survive in the midst of the current competition.

Key Word :

entrepreneurial orientation, market orientation, competitive advantage, performance

Abstraksi

Kinerja suatu unit usaha dapat di dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik faktor internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha kecil dan menengah. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* terhadap IKM Furniture di Kota Semarang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana dan berganda dengan IBM SPSS 20. Hasil analisis statistik diketahui bahwa secara bersama-sama orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja usaha. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha IKM Furniture Kayu di Kota Semarang. Peneliti menyarankan agar IKM senantiasa meningkatkan sifat proaktif dan mencari peluang dalam berwirausaha, meningkatkan orientasi pasar serta daya saing sehingga IKM dapat terus bertahan di tengah arus persaingan.

Kata Kunci:

orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, keunggulan bersaing, kinerja.

¹Astri Wulaningtyas, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, astriwulaningtyas@gmail.com

² Dr. Widiartanto, M.AB, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Pendahuluan

Munculnya persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Dengan adanya persaingan, perusahaan-perusahaan dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari luar maupun dari dalam negeri. Indonesia merupakan negara yang memiliki berbagai jenis usaha yang dijalankan oleh masyarakatnya, salah satunya ialah Industri Kecil Menengah (IKM). Sebagai sebuah organisasi bisnis yang bersifat mandiri, IKM mempunyai peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara. Kontribusi IKM terhadap penyerapan tenaga kerja, baik di negara maju maupun berkembang, termasuk Indonesia, mempunyai peranan yang signifikan dalam penanggulangan masalah pengangguran. Meskipun demikian, potensi yang dimiliki oleh IKM tidak diimbangi dengan kemampuan untuk bersaing. Tambunan (2008) mengungkapkan suatu fakta bahwa daya saing yang rendah dari IKM menyebabkan kelompok ini mengalami kesulitan dalam meningkatkan kinerjanya. Dalam rangka keberlanjutan usaha perlu peningkatan kinerja, peningkatan kapasitas baik dari segi manajemen, keuangan dan profesionalitas. Sebab baik buruknya kondisi suatu perusahaan dilihat dari kinerja yang telah dicapai perusahaan.

Kinerja adalah tingkat efektivitas dan efisiensi usaha-usaha yang dilakukan oleh organisasi dalam mencapai tujuan organisasi. Pengukuran kinerja merupakan analisis data serta pengendalian bagi usaha (Syarifah, 2012). Keberhasilan kinerja tidak lepas dari peran seorang wirausaha dalam menjalankan aktivitas bisnisnya (Lestari, 2010). Seorang wirausaha adalah orang yang berani mengambil risiko, mengkoordinasi mengelola penanaman modal atau sarana produksi, seseorang yang mengenalkan fungsi faktor produksi baru, atau seseorang yang memiliki respon yang kreatif dan inovatif. Pendekatan orientasi kewirausahaan dalam pembuatan keputusan adalah sangat penting bagi sukses organisasi. Proses pembuatan keputusan, mereferensikan penerapan sebuah "*entrepreneurial orientation*" seperti yang dikemukakan oleh Lumpkin dan Dess (2008). Perusahaan yang berorientasi wirausaha adalah perusahaan yang berusaha menjadi yang pertama dalam inovasi produk pasar, berani mengambil resiko dan melakukan tindakan proaktif untuk dapat mengalahkan pesaing. Peningkatan kinerja bisnis yang disebabkan oleh orientasi kewirausahaan perlu didukung dengan orientasi pasar. Perusahaan yang berorientasi pasar akan memanfaatkan perusahaan tersebut, yang mengarahkan mereka untuk menghasilkan kinerja usaha dibandingkan dengan perusahaan lain yang tidak berorientasi pasar. Orientasi pasar merupakan budaya organisasi yang efektif dan efisien untuk menciptakan nilai yang tinggi bagi pembeli dan kinerja usaha bagi perusahaan.

Selain dua faktor tersebut, unsur persaingan usaha yang semakin kompetitif pun tidak jarang menjadi salah satu penyebab bangkrutnya suatu usaha. Persaingan antar produk sejenis maupun persaingan dengan industri yang lebih besar, tidak jarang menjadikan usaha kalah dalam bersaing. Cool et al (1999) dalam Hitt et al (2001) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing dapat berpengaruh besar terhadap profitabilitas dan kinerja usahanya. Ketika persaingan dalam industri meningkat, rata-rata profitabilitas perusahaan yang bersaing di industri menurun. Dari aspek pemasaran, komponen produk (*output*) yang dihasilkan industri menjadi unsur yang penting untuk diperhatikan oleh pelaku industri. Mereka yang mampu menyajikan produk yang lebih unggul melalui inovasi – inovasi baru dapat memperoleh peluang yang besar untuk mendapatkan perhatian dari konsumen. Berdasarkan keterangan diatas dapat diketahui betapa pentingnya orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan keunggulan bersaing guna

menunjang kinerja perusahaan sehingga kelangsungan bisnis tersebut dapat berlanjut dan terus bersaing di pasar.

Selama empat tahun terakhir yaitu tahun 2013-2016, kapasitas produksi furniture di Kota Semarang mengalami penurunan. Sektor usaha ini diduga masih terkendala sejumlah hambatan dalam hal pemasaran produk, rendahnya kewirausahaan para pemilik ikm, serta keunggulan bersaing IKM yang belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha kecil dan menengah, studi pada IKM Furniture di Kota Semarang.

Kajian Teori

Orientasi kewirausahaan memegang peranan penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Miller dan Friesen (1982) dalam jurnal Andwiani Sinarsari (2013) mengungkapkan bahwa orientasi kewirausahaan menjadi suatu makna yang dapat diterima untuk menjelaskan kinerja usaha. Porter (2008) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai *strategi benefit* perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam *market place* yang sama. Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik dan pengambilan keputusan yang mendorong kearah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu selalu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil resiko (Lumpkin dan Dess, 1996). Orientasi kewirausahaan yang tercermin dari sikap penuh inovasi, proaktif dan keberanian mengambil risiko diyakini mampu mendorong kinerja perusahaan. Hal tersebut dikuatkan oleh Covin dan Slevin (1991); Wiklund (1999), yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan yang semakin tinggi dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya menuju kinerja usaha yang lebih baik. Orientasi kewirausahaan dari seorang pelaku wirausaha dapat menimbulkan peningkatan kinerja usaha juga disampaikan oleh Covin dan Slevin (1991).

Orientasi pasar (*market orientation*= MO) merupakan ukuran perilaku dan aktivitas yang mencerminkan implementasi konsep pemasaran. Menurut Narver dan Slater (1990) mendefinisikan orientasi pasar sebagai budaya organisasi yang paling efektif dalam menciptakan perilaku penting untuk penciptaan nilai unggul bagi pembeli serta kinerja dalam bisnis. Sedangkan Jaworski & Kohli, 1993(dalam Tjiptono et al., 2008:89), menyatakan bahwa orientasi pasar berpotensi meningkatkan kinerja bisnis. Selain itu, orientasi pasar diyakini pula memberikan manfaat psikologis dan sosial bagi para karyawan, berupa perasaan bangga dan *sense of belonging* yang lebih besar, serta komitmen organisasional yang lebih besar pula. Narver & Slater(1990:21) menyatakan bahwa orientasi pasar terdiri dari tiga komponen perilaku yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi interfunksional. Orientasi pelanggan dan orientasi pesaing termasuk semua aktivitasnya dilibatkan dalam memperoleh informasi tentang pembeli dan pesaing pada pasar yang di tuju dan menyebarkan melalui bisnis, sedangkan koordinasi interfunksional didasarkan pada informasi pelanggan serta pesaing dan terdiri dari usaha bisnis yang terkoordinasi. Jadi dapat dipahami, bahwa penerapan orientasi pasar memerlukan kemampuan perusahaan dalam mencari berbagai informasi pasar sehingga dapat dijadikan dasar bagi perusahaan untuk melakukan langkah atau strategi selanjutnya.

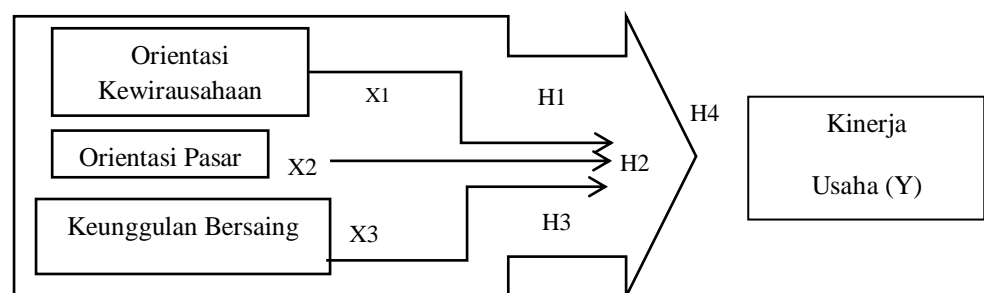
Bharadwaj *et al.* (1993, p.83-84) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumberdaya

yang dimiliki perusahaan. Keahlian dan asset yang unik dipandang sebagai sumber dari keunggulan bersaing. Keahlian unik merupakan kemampuan perusahaan untuk menjadikan para karyawannya sebagai bagian penting dalam mencapai keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing menurut Thomas W, Zimmer dan Norman M, Scarborough (2008 : 116) adalah sekumpulan faktor yang membedakan perusahaan kecil dari para pesaingnya dan memberikannya posisi unik di pasar sehingga lebih unggul dari pada pesaingnya. Sedangkan menurut Porter (1990, p.03) 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. Strategi ini harus didesain untuk mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus sehingga perusahaan dapat mendominasi baik di pasar lama maupun pasar baru.

Menurut Suntoro kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi dalam rangka mencapai tujuan organisasi dalam periode waktu tertentu. Kinerja merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi. Kinerja dapat diketahui dan diukur jika individu atau sekelompok karyawan telah mempunyai kriteria atau standar keberhasilan tolak ukur yang ditetapkan oleh organisasi. Apabila tanpa tujuan dan target yang ditetapkan dalam pengukuran, maka kinerja pada seseorang atau perusahaan tidak mungkin dapat diketahui bila tidak ada tolak ukur keberhasilannya (Moehersono, 2014). Kinerja di dalam suatu organisasi dilakukan oleh segenap sumber daya manusia dalam organisasi, baik unsur pimpinan maupun pekerja. Banyak sekali faktor yang dapat memengaruhi sumber daya manusia dalam menjalankan kinerjanya. Terdapat faktor yang berasal dari dalam diri sumber daya manusia sendiri maupun dari luar dirinya. Namun, kinerja dalam suatu organisasi tidak hanya dipengaruhi oleh sumber daya manusia didalamnya saja, akan tetapi juga oleh sumber daya lainnya seperti modal, bahan, peralatan, teknologi, volume penjualan, dan mekanisme kerja yang berlangsung dalam organisasi (Wibowo, 2013). Menurut Lee dan Tsang (2001) indikator kinerja usaha adalah peningkatan volume penjualan, peningkatan aset perusahaan dan profitabilitas usaha.

Model Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1 dibawah ini :

Gambar 1
Model Hipotetik Penelitian



METODE

Variabel independen dalam penelitian ini adalah orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan keunggulan bersaing, sedangkan variabel dependennya adalah kinerja usaha. Tipe penelitiannya adalah *explanatory research* dengan menggunakan kuesioner sebagai alat atau instrumen penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh IKM Furniture yang ada di Kota Semarang. Sampel yang digunakan sebesar 30 IKM di Kecamatan Genuk yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Skala pengukuran menggunakan skala Likert. Instrumen penelitian diuji dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data menggunakan analisis regresi linear dengan bantuan program *IBM SPSS Statistics versi 20.0*.

HASIL

Analisis regresi sederhana merupakan analisis yang digunakan untuk menentukan pengaruh antara satu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), yang dalam penelitian ini adalah variabel orientasi kewirausahaan (X1) dengan variabel kinerja usaha (Y). Adapun hasil pengujian regresi linear sederhana variabel orientasi kewirausahaan dan kinerja usaha adalah seperti tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.338	4.420		1.434	.000
orientasi kewirausahaan	.587	.169	.548	3.468	.000

a. Dependent Variable: kinerja usaha
Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 1 di atas. dapat diketahui bahwa koefisien regresi untuk variabel orientasi kewirausahaan (X₁) adalah sebesar 0,587 dan untuk nilai konstantanya adalah 6,338. Dari keterangan tersebut maka dapat terbentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 6,338 + 0,587 X_1$$

Dari persamaan tersebut dapat diasumsikan bahwa koefisien regresi untuk variabel orientasi kewirausahaan (X₁) adalah sebesar 0,587. Hal ini menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kinerja usaha sebesar 0,587. Artinya, apabila variabel orientasi kewirausahaan ditingkatkan satu satuan, maka kinerja usaha akan meningkat sebesar 0,587. Berdasarkan hasil penelitian, untuk meningkatkan variabel kinerja usaha dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel orientasi kewirausahaan. Semakin baik orientasi kewirausahaan yang dibangun oleh ikm maka kinerja usaha mereka akan semakin baik.

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase

sumbangan variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Hasil perhitungan koefisien determinasi untuk variabel orientasi kewirausahaan terdapat pada tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2 Koefisien Determinasi Variabel Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.548 ^a	.301	.276	1.604

a. Predictors: (Constant), orientasi kewirausahaan

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,301 atau 30,1%. Artinya persentase sumbangan variabel orientasi kewirausahaan terhadap variabel kinerja usaha sebesar 30,1%, sedangkan sisanya sebesar 69,9% dipengaruhi oleh faktor lain selain orientasi kewirausahaan.

Koefisien korelasi merupakan ukuran yang kedua yang dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana keeratan hubungan antara suatu variabel dengan variabel lain (Algifari, 1997:36). Nilai koefisien korelasi antara variabel orientasi kewirausahaan (X_1) dan kinerja usaha (Y) yang dapat dilihat pada tabel 2 (nilai R) adalah sebesar 0,548. Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat keeratan hubungan antara kedua variabel tersebut adalah sedang karena terletak pada interval nilai 0,40 - 0,599

Hasil pengujian regresi linear sederhana variabel orientasi pasar dan kinerja usaha dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	11.788	3.278		3.597	.001
	Orientasi pasar	.472	.156	.495	3.017	.005

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 3 dapat diketahui bahwa koefisien regresi untuk variabel orientasi pasar (X_2) adalah sebesar 0,472 dan untuk nilai konstantanya adalah 11,778. Dari keterangan tersebut maka dapat terbentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 11,778 + 0,472 X_2$$

Dari persamaan tersebut dapat diasumsikan bahwa koefisien regresi untuk variabel orientasi pasar (X_2) adalah sebesar 0,472. Hal ini menunjukkan bahwa variabel orientasi

pasar mempunyai pengaruh yang positif terhadap kinerja usaha sebesar 0,472. Artinya, apabila variabel orientasi pasar ditingkatkan satu satuan, maka kinerja usaha akan meningkat sebesar 0,472. Berdasarkan hasil penelitian, untuk meningkatkan variabel kinerja usaha dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel orientasi pasar. Semakin baik orientasi pasar yang dibangun oleh ikm maka kinerja usaha mereka akan semakin baik.

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Hasil perhitungan koefisien determinasi untuk variabel orientasi pasar terdapat pada tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4 Koefisien Determinasi Variabel Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.495 ^a	.245	.218	1.666

a. Predictors: (Constant), Orientasi pasar

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,245 atau 24,5%. Artinya persentase sumbangan variabel orientasi pasar terhadap variabel kinerja usaha sebesar 24,5%, sedangkan sisanya sebesar 75,5% dipengaruhi oleh faktor lain selain orientasi pasar.

Koefisien korelasi merupakan ukuran yang kedua yang dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana keeratan hubungan antara suatu variabel dengan variabel lain (Algifari, 1997:36). Nilai koefisien korelasi antara variabel orientasi pasar (X_2) dan kinerja usaha (Y) yang dapat dilihat pada tabel 2 (nilai R) adalah sebesar 0,495. Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat keeratan hubungan antara kedua variabel tersebut adalah sedang karena terletak pada interval nilai 0,40 - 0,599

Hasil pengujian regresi linear sederhana variabel keunggulan bersaing dan kinerja usaha dapat dilihat pada tabel 5 di bawah ini.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	7.822	3.743			2.090	.046
Keunggulan Bersaing	.638	.173	.573		3.700	.001

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa koefisien regresi untuk variabel keunggulan bersaing (X_3) adalah sebesar 0,638 dan untuk nilai konstantanya adalah 7,822. Dari keterangan tersebut maka dapat terbentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 7,822 + 0,638 X_3$$

Dari persamaan tersebut dapat diasumsikan bahwa koefisien regresi untuk variabel keunggulan bersaing (X_3) adalah sebesar 0,638. Hal ini menunjukkan bahwa variabel keunggulan bersaing mempunyai pengaruh yang positif terhadap kinerja usaha sebesar 0,638. Artinya, apabila variabel keunggulan bersaing ditingkatkan satu satuan, maka kinerja usaha akan meningkat sebesar 0,638. Berdasarkan hasil penelitian, untuk meningkatkan variabel kinerja usaha dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel keunggulan bersaing. Semakin baik keunggulan bersaing yang dibangun oleh ikm maka kinerja usaha mereka akan semakin baik.

Hasil perhitungan koefisien determinasi untuk variabel keunggulan bersaing terdapat pada tabel 6 di bawah ini

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.573 ^a	.328	.304	1.572

a. Predictors: (Constant), Keunggulan Bersaing
 Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,328 atau 32,8%. Artinya persentase sumbangan variabel keunggulan bersaing terhadap variabel kinerja usaha sebesar 32,8%, sedangkan sisanya sebesar 67,2% dipengaruhi oleh faktor lain selain keunggulan bersaing.

Koefisien korelasi merupakan ukuran yang kedua yang dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana keeratan hubungan antara suatu variabel dengan variabel lain (Algifari,1997:36). Nilai koefisien korelasi antara variabel keunggulan bersaing (X_3) dan kinerja usaha (Y) yang dapat dilihat pada tabel 2 (nilai R) adalah sebesar 0,573. Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat keeratan hubungan antara kedua variabel tersebut adalah sedang karena terletak pada interval nilai 0,40 - 0,599.

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan hasilnya). Analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2010:277). Hasil pengujian regresi linear berganda variabel orientasi kewirausahaan (X_1), orientasi pasar (X_2), dan keunggulan bersaing (X_3) terhadap variabel kinerja usaha (Y) terdapat pada tabel 7 di halaman berikut ini.

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Variabel Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Usaha

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1.845	4.530			.407	.687
Orientasi Kewirausahaan	.346	.200	.324		1.733	.095
Orientasi Pasar	.084	.193	.088		.437	.666
Keunggulan Bersaing	.416	.204	.374		2.045	.051

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha
 Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 7, dapat diketahui bahwa koefisien regresi untuk variabel orientasi kewirausahaan (X_1) adalah 0,346, koefisien regresi untuk variabel orientasi pasar (X_2) adalah 0,084, koefisien regresi untuk variabel keunggulan bersaing (X_3) adalah 0,416 dan untuk nilai konstantanya adalah 1,845. Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat terbentuk persamaan regresinya yaitu:

$$Y = 1,845 + 0,346X_1 + 0,084X_2 + 0,416X_3$$

Dari persamaan tersebut dapat diasumsikan bahwa variabel orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan keunggulan bersaing memberikan pengaruh yang positif terhadap kinerja usaha. Nilai signifikansi F hitung sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,5 menunjukkan bahwa secara bersama-sama, variabel orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan keunggulan bersaing berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha

Hasil perhitungan koefisien determinasi untuk variabel orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan keunggulan bersaing terdapat pada tabel 8 di bawah ini.

Tabel 8 Koefisien Determinasi Variabel Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Usaha

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.660 ^a	.435	.370	1.496

a. Predictors: (Constant), Keunggulan Bersaing, Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar
 Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 8 di atas menunjukkan bahwa hasil koefisien determinasi variabel orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha sebesar 0,435 atau 43,5%. Artinya persentase sumbangan pengaruh variabel orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha sebesar 43,5%, sedangkan sisanya sebesar 56,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Nilai koefisien korelasi juga menunjukkan angka 0,660. Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat keeratan hubungan antara variabel tersebut adalah kuat karena terletak pada interval nilai 0,60 – 0,799.

PEMBAHASAN

Hasil uji statistik penelitian ini menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Hal ini sesuai dengan penelitian Heri Purwanto (2016) yang menemukan bahwa orientasi kewirausahaan dan intensi berwirausaha memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hal ini diperkuat dengan teori menurut Wolf James dan Timothy L Pett (2006) dan Dutta (2005), Proposisi yang mendasari pentingnya orientasi kewirausahaan adalah bahwa perusahaan-perusahaan dengan tingkat karakteristik kewirausahaan yang lebih tinggi kemungkinannya memiliki tingkat kinerja dan pertumbuhan yang lebih tinggi, karena mampu menghadapi dinamika lingkungan secara lebih sukses. Kemudian Covin dan Slevin (1991) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan baik pada perusahaan besar maupun UKM. Berdasarkan penilaian responden IKM Furniture di Kota Semarang memiliki orientasi kewirausahaan yang baik, dapat dilihat dari kemampuan inovasinya pada produk, kemampuan dalam menyusun strategi, memiliki ide unik dan berbeda dan berani mengambil resiko menghasilkan produk lebih banyak dari jumlah pesanan.

Berdasarkan hipotesis pertama, dapat diketahui bahwa semakin baik orientasi kewirausahaan di IKM Furniture Kota Semarang maka dapat pula meningkatkan kinerja usaha di IKM Furniture Kota Semarang, begitu pun sebaliknya. Responden menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan di IKM Furniture Kota Semarang termasuk dalam kategori sangat baik namun masih ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan kembali oleh para responden yaitu kemampuan dalam mencari peluang bisnis dan memiliki sikap proaktif mendatangi pelanggan.

Variabel kedua yaitu orientasi pasar mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Hal ini sesuai dengan penelitian Surata (2008) yang mengemukakan temuan bahwa orientasi pasar dan inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Orientasi pasar merupakan budaya organisasi yang paling efektif dan efisien untuk menciptakan perilaku-perilaku yang dibutuhkan untuk menciptakan superior value bagi pembeli dan menghasilkan superior performance bagi perusahaan (Naver dan Slater, 1990:34). Menurut Uncles (2000) orientasi pasar sebagai suatu proses dan aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan dan pemuasan pelanggan dengan cara terus menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan. Penerapan orientasi pasar akan membawa peningkatan kinerja bagi perusahaan tersebut. Berdasarkan penilaian responden IKM Furniture di Kota Semarang melakukan orientasi pasarnya dengan baik, dapat dilihat dari memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen maupun pelanggan dan melibatkan para pelanggan dalam menentukan desain produk.

Berdasarkan hipotesis yang kedua, dapat diketahui bahwa semakin baik orientasi pasar di IKM Furniture Kota Semarang maka dapat pula meningkatkan kinerja usaha di IKM Furniture Kota Semarang, begitu pun sebaliknya. Responden menyatakan bahwa orientasi pasar di IKM Furniture Kota Semarang termasuk dalam kategori baik namun masih ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan kembali oleh para responden yaitu mencari informasi tentang selera konsumen, mencari informasi mengenai strategi pesaing dan mengadakan diskusi rutin dengan karyawan.

Variabel ketiga yaitu keunggulan bersaing mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Hal ini sesuai dengan penelitian Ling X Li (2000)

yang mengemukakan temuan adanya berpengaruh positif antara perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing terhadap peningkatan kinerja perusahaan tersebut. Menurut Cool et al (1999) dalam Hitt et al (2001) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing dapat berpengaruh besar terhadap profitabilitas dan kinerja usahanya. Ketika persaingan dalam industri meningkat, rata-rata profitabilitas perusahaan yang bersaing di industri menurun. Menurut Porter (1990) Keunggulan bersaing adalah jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai-nilai atau manfaat yang diciptakan oleh perusahaan bagi para pembelinya. Pelanggan umumnya lebih memilih membeli produk yang memiliki nilai lebih dari yang diinginkan atau diharapkannya. Namun demikian nilai tersebut juga akan dibandingkan dengan harga yang ditawarkan. Berdasarkan penilaian responden IKM Furniture di Kota Semarang melakukan keunggulan bersaingnya dengan baik, dapat dilihat dari memiliki keunikan produk, selalu menjaga kualitas dan mutu produknya dan menyesuaikan harga produk dengan kualitasnya.

Berdasarkan hipotesis yang ketiga, dapat diketahui bahwa semakin baik keunggulan bersaing di IKM Furniture Kota Semarang maka dapat pula meningkatkan kinerja usaha di IKM Furniture Kota Semarang, begitu pun sebaliknya. Responden menyatakan bahwa keunggulan bersaing di IKM Furniture Kota Semarang termasuk dalam kategori sangat baik namun masih ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan kembali oleh para responden yaitu melakukan pengecekan harga dengan produk pesaing dan menyesuaikan harga yang ada di pasaran.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut, (a) Orientasi kewirausahaan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha (Y) IKM Furniture di Kota Semarang dengan nilai koefisien determinasi sebesar 30,1%. (b) Orientasi pasar (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha (Y) IKM Furniture di Kota Semarang dengan nilai koefisien determinasi sebesar 24,5%. (c) Keunggulan bersaing (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha (Y) IKM Furniture di Kota Semarang dengan nilai koefisien determinasi sebesar 32,8%. (d) Terdapat pengaruh yang signifikan antara orientasi kewirausahaan (X_1), orientasi pasar (X_2) dan keunggulan bersaing (X_3) terhadap kinerja usaha (Y) IKM Furniture di Kota Semarang dengan nilai koefisien determinasi sebesar 43,5%. (e) Dalam penelitian ini variabel keunggulan bersaing lebih dominan terhadap kinerja usaha IKM Furniture di Kota Semarang dibanding orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar.

Berdasarkan hasil temuan penelitian di lapangan, maka diajukan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan bagi pelaku umkm dan pemerintah setempat, (a) pelaku usaha lebih giat mencari informasi mengenai peluang pasar lain yang masih berpotensi dan memanfaatkannya sebaik mungkin dan tidak menyalahgunakan peluang yang ada. Selain itu lebih aktif dalam menjemput peluang dan selalu mencari informasi terbaru mengenai kebutuhan konsumen. Selain mendatangi pelanggan, pemilik IKM bisa bersifat proaktif dengan cara mengikuti pameran-pameran yang diadakan oleh instansi pemerintah maupun swasta. Peningkatan jiwa kewirausahaan dapat dilakukan dengan memaksimalkan potensi diri melalui kegiatan-kegiatan berupa pelatihan kewirausahaan

maupun motivasi dari dinas terkait. (b) Pelaku usaha dapat memaksimalkan riset pelanggan secara langsung dan perbanyak diskusi dengan peguyuban atau ikatan organisasi terkait penerapan strategi yang perlu digunakan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi IKM. Selain itu IKM dapat melakukan inisiatif mendatangi pelanggan dan menciptakan saluran distribusi baru tidak hanya menjual produk langsung ke konsumen, tetapi juga melalui konsinyasi dan mengikuti pameran-pameran IKM baik di dalam maupun di luar negeri, serta memaksimalkan sentra IKM sebagai wadah bagi IKM untuk menjual produknya. (c) pelaku usaha lebih sering berkomunikasi dan berdiskusi dengan ikatan organisasi terkait untuk menentukan harga jual produk dan harga dipasaran. (d) Pelaku usaha dapat melakukan inovasi dan pengembangan produk baru maupun sistem penjualannya ataupun memperluas distribusi penjualannya. Semakin tinggi kinerja usaha, semakin tinggi peluang IKM untuk mengembangkan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Wahyu Purnomo. 2014. *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Saing dan Kinerja Pemasaran*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro
- Algifari. (1997). *Analisis Regresi Teori, Kasus, dan Solusi Edisi Pertama*. Yogyakarta : BPF- Yogyakarta
- Bharadwaj, S.G.Varadarajan P.R and Pahy, J. 1993. *Sustainable Competitive Advantage in Services Industries : A Conceptual Model and Research Propositions*. Journal of Marketing. Vol 57,pp 83-100.
- Covin, J & D, Slevin. 1989. *Strategic Management of Small Firms in Hostile & Benign Environments*. Strategic Management Journal.
- Lumpkin G.T and Dess G.G. 1996.*Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance*. Academy of Management Review. Vol 21, No.01.
- Miller,D. (1982). The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. Management Science, 29, ,pp.770-791.
- Naver, John C. & Stanley F. Slater. 1990. *The Effect of a Market Orientation on Business Profitability*. Journal of Marketing. Vol.54, No.04, Hal-20-35.
- Porter, Michael E. 1997. *Keunggulan Bersaing*. Alih Bahasa Agus Maulana. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Tambunan, Tulus.2008. “*Ukuran Daya Saing Koperasi dan UKM*”. Jurnal Pusat Studi Industri dan UKM.