

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING

(Studi Pada Sentra IKM Tenun Ikat Troso Kabupaten Jepara)

Mia Eka Arianti¹, Sri Suryoko²

Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia

Email: miaeka88@gmail.com

Abstract: *This study purposed to determine the effect of entrepreneurial orientation and market orientation on competitive advantage. The research used explanatory research. The data was collected by questionnaire that used purposive sampling technic. 88 respondents were sample in this research who had been selected by specified criteria. Data analysis used validity, reliability, correlation coefficient, determination coefficient, simple and multiple linear regression, significance of the t test, and F test precessed by IBM SPSS version 21.0 program. The results showed that partially there was a positive effect on entrepreneurial orientation at competitive advantage and the positive effect on market orientation at competitive advantage; while simultaneously the positive effect on entrepreneurial orientation and market orientation at competitive advantage. The effect of entrepreneurial orientation on competitive advantage was greater than the effect of market orientation on competitive advantage. Suggestions in this research were crafters must increase courage in making decisions, take advantage of existing market opportunities with new innovations, increase references and create different motives from competitors so that products have their own characteristics and are not easily imitated by competitors so can increase competitive advantage in Medium Small Industry Tenun Ikat Troso.*

Keywords: *Entrepreneurial Orientation, Market Orientation, and Competitive Advantage*

Abstrak : Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing. Tipe penelitian yang digunakan adalah explanatory research. Pengumpulan data menggunakan alat bantu berupa kuesioner dengan menggunakan teknik purposive sampling. Sampel yang digunakan sebanyak 88 responden yang telah dipilih dengan kriteria yang ditentukan. Analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linier sederhana dan berganda, signifikansi uji t, dan uji F dengan bantuan program IBM SPSS versi 21.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing dan terdapat pengaruh positif orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing; sedangkan secara simultan terdapat pengaruh positif orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing lebih besar daripada pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing. Saran dalam penelitian ini adalah perajin harus meningkatkan keberanian dalam mengambil keputusan, memanfaatkan peluang pasar yang ada dengan inovasi-inovasi yang baru, memperbanyak referensi dan menciptakan motif-motif yang berbeda dari para pesaing agar produk memiliki ciri khas tersendiri dan tidak mudah ditiru oleh pesaing sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing pada IKM Tenun Ikat Troso.

Kata Kunci : *Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Keunggulan Bersaing*

¹Mia Eka Arianti, Universitas Diponegoro, miaeka88@gmail.com

²Sri Suryoko, Universitas Diponegoro

Pendahuluan

Perkembangan dunia industri yang begitu pesat merupakan hal yang tidak dapat dihindari menuntut para pelaku usaha untuk memiliki keunggulan pada produknya sehingga mampu bersaing dengan para pelaku usaha lainnya. Oleh karena itu para pelaku usaha harus menjadi pembeda dan memiliki nilai tambah tersendiri di antara para pesaing dengan mengeluarkan produk yang lebih unggul sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Keunggulan produk perlu diciptakan agar produk dapat bersaing di pasaran, sehingga mendorong konsumen untuk menetapkan pilihan pembelian pada produk tersebut. Seperti yang disampaikan Saiman (2009), keunggulan bersaing adalah suatu manfaat yang ada ketika suatu perusahaan mempunyai dan menghasilkan suatu produk atau jasa yang dilihat dari pasar targetnya lebih baik dibandingkan dengan para kompetitor terdekat. Maka dalam memasarkan produk pelaku usaha tidak bisa hanya mengandalkan kualitas produk saja, tetapi juga bergantung pada strategi yang umumnya digunakan perusahaan yaitu orientasi wirausaha serta orientasi pasar.

Faktor orientasi wirausaha diindikasikan dapat memengaruhi keunggulan bersaing, seperti yang disampaikan oleh Weerawerdeena (2003) kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan. Orientasi pasar diindikasikan menjadi salah satu faktor dalam mencapai keunggulan dalam bersaing, Narver dan Slater (1990) mengatakan bahwa orientasi pasar sebagai budaya organisasi yang paling efektif dalam menciptakan perilaku penting untuk penciptaan nilai unggul bagi pembeli serta kinerja dalam bisnis.

Industri merupakan bagian dari sebuah proses yang mengelola bahan mentah menjadi bahan baku, atau bahan baku menjadi barang jadi sehingga menjadi suatu barang yang bernilai bagi masyarakat luas (Hinsa Siahaan,2007). Di antara industri kecil dan menengah (IKM), tenun ikat merupakan karya seni budaya bangsa Indonesia yang dikagumi dan patut dilestarikan kebudayaannya secara maksimal. Salah satu IKM tenun ikat yang sudah cukup terkenal salah satunya yaitu IKM Tenun Ikat Troso yang terletak di Desa Troso Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara. Tenun troso merupakan salah satu industri kecil yang memiliki peluang untuk dikembangkan. Namun IKM Tenun Ikat Troso mempunyai banyak kelemahan, seperti minat masyarakat terhadap kain tenun troso masih minim sehingga hal tersebut berdampak pada menurunnya jumlah unit usaha, jumlah tenaga kerja dan volume produksi. Wirausahawan yang dapat memahami dengan baik orientasi wirausaha dan orientasi pasar dipandang sebagai sumber untuk dapat memiliki keunggulan dalam bersaing. Berdasarkan kasus yang terjadi pada Sentra IKM Tenun Ikat Troso Kabupaten Jepara peneliti mengambil judul penelitian **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada Sentra IKM Tenun Ikat Troso Kabupaten Jepara)”**

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

1. Apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada Sentra IKM Tenun Ikat Troso Kabupaten Jepara ?
 2. Apakah terdapat pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing pada Sentra IKM Tenun Ikat Troso Kabupaten Jepara ?
 3. Apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing pada Sentra IKM Tenun Ikat Troso Kabupaten Jepara ?
-

Kajian Teori

Orientasi Kewirausahaan

Menurut Weerawerdeena (2003) kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan.

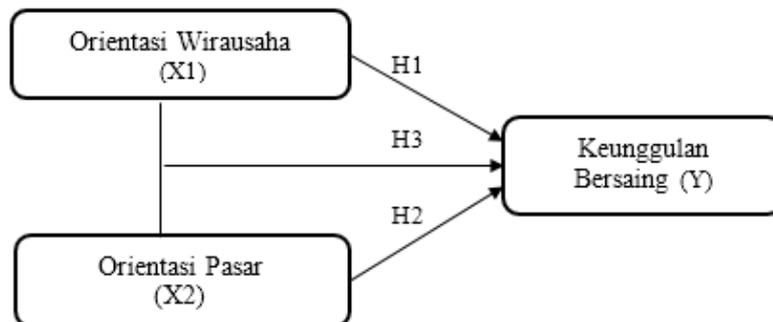
Orientasi Pasar

Menurut Narver dan Slater (1990) orientasi pasar adalah budaya organisasi yang paling efektif dalam menciptakan perilaku penting untuk penciptaan nilai unggul bagi pembeli serta kinerja dalam bisnis.

Keunggulan Bersaing

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) keunggulan adalah keunggulan untuk melebihi pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai yang lebih besar kepada konsumen daripada pesaing.

Model hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Hipotesis pada penelitian ini adalah :

H1 : Diduga terdapat pengaruh positif antara orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing.

H2 : Diduga terdapat pengaruh positif antara orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing.

H3: Diduga terdapat pengaruh positif antara orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar secara bersama-sama terhadap keunggulan bersaing.

Metodelogi Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory research* yaitu penelitian yang bermaksud menyoroti hubungan variabel-variabel penelitian kemudian menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Populasi dalam penelitian ini adalah 715 perajin IKM Tenun Ikat Troso di Kabupaten Jepara. Sedangkan sampel dalam penelitian ini merupakan 88 perajin IKM Tenun Ikat Troso di Kabupaten Jepara. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana, analisis regresi berganda, uji signifikansi (uji t dan uji F) dengan bantuan program IBM SPSS versi 21.0.

Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini mencoba menjawab hipotesis yang dirumuskan dengan melakukan analisis uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana, analisis regresi berganda, uji signifikansi (uji t dan uji F) dengan bantuan program IBM SPSS versi 21.0. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 1 Hasil Penelitian

No	Hipotesis	Hasil Uji				Keterangan Hipotesis
		Korelasi	Determinasi	Regresi Linier	Uji Signifikansi	
1.	Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing	0,828	68,5%	0,885	13,676	Ha diterima
2.	Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing	0,646	41,7%	0,508	7,851	Ha diterima
3.	Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing	0,839	70,4%	0,757 (Orientasi Kewirausahaan) 0,144 (Orientasi Pasar)	101,197	Ha diterima

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui hasil uji signifikansi (uji t dan uji F) menunjukkan bahwa:

- Ada pengaruh positif orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing, dimana t hitung (13,676) > t tabel (1,6628)
- Ada pengaruh positif orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing, dimana t hitung (7,851) > t tabel (1,6628)
- Ada pengaruh positif orientasi kewirausahaan dan orientasi pasara secara bersamaan terhadap keunggulan bersaing, dimana F hitung (101,197) > F tabel (3,10)

Pembahasan

Hipotesis pertama, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif antara orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing telah terbukti. Hal ini dibuktikan dengan koefisien korelasi variabel orientasi kewirausahaan (X_1) terhadap keunggulan bersaing (Y) yaitu sebesar 0,828. Dengan nilai koefisien determinasi sebesar 68,5% dapat disimpulkan bahwa 68,5% variabel keunggulan bersaing (Y) dipengaruhi oleh variabel orientasi kewirausahaan (X_1). Berdasarkan uji signifikansi (uji t) bahwa t hitung (13.676) > t tabel (1,6628). Dapat dinyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Selain itu, diperkuat dengan uji regresi

linear sederhana bahwa koefisien regresi orientasi kewirausahaan menunjukkan arah positif sebesar 0,885. Dapat diartikan semakin baik orientasi kewirausahaan maka keunggulan bersaing juga tinggi. Sehingga hipotesis pertama yang berbunyi “Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing” **diterima**.

Hipotesis kedua, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif antara orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing telah terbukti. Hal ini dibuktikan dengan koefisien korelasi variabel orientasi pasar (X_2) terhadap keunggulan bersaing (Y) yaitu sebesar 0,646. Dengan nilai koefisien determinasi sebesar 41,7% dapat disimpulkan bahwa 41,7% variabel keunggulan bersaing (Y) dipengaruhi oleh variabel orientasi pasar (X_2). Berdasarkan uji signifikansi (uji t) bahwa t hitung (7.851) > t tabel (1,6628). Dapat dinyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Selain itu, diperkuat dengan uji regresi linear sederhana bahwa koefisien regresi orientasi pasar menunjukkan arah positif sebesar 0,508. Dapat diartikan semakin baik orientasi pasar maka keunggulan bersaing juga tinggi. Sehingga hipotesis kedua yang berbunyi “Orientasi pasar berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing” **diterima**.

Hipotesis ketiga, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif antara orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar secara bersama-sama terhadap keunggulan bersaing telah terbukti. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji koefisien korelasi sebesar 0,839. Dengan nilai koefisien determinasi sebesar 70,4%. Hasil koefisien beta pada uji regresi berganda dari variabel Orientasi Kewirausahaan (X_1) menunjukkan angka 0,757 dan Orientasi Pasar (X_2) menunjukkan angka 0,144. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa nilai F hitung > F tabel, yaitu 101,197 > 3,10. Sehingga hipotesis kedua yang berbunyi “Orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing” **diterima**.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel orientasi kewirausahaan (X_1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing (Y). Hal ini dibuktikan dengan perhitungan dimana t hitung (13,676) > t tabel (1,6628). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik orientasi kewirausahaan, maka akan semakin tinggi pula pengaruh pada keunggulan bersaing. Variabel orientasi kewirausahaan memberi kontribusi pengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing sebesar 68,5%.
 2. Variabel orientasi pasar (X_2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing (Y). Hal ini dibuktikan dengan perhitungan dimana t hitung (7,851) > t tabel (1,6628). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik orientasi pasar, maka akan semakin tinggi pula pengaruh pada keunggulan bersaing. Variabel orientasi pasar memberi kontribusi pengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing sebesar 41,7%.
 3. Variabel orientasi kewirausahaan (X_1) dan variabel orientasi pasar (X_2) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap variabel keunggulan bersaing (Y). Hal ini dibuktikan dengan f hitung (101,197) lebih besar dari f tabel (3,10). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar, maka semakin tinggi pula pengaruh pada keunggulan bersaing. Variabel orientasi kewirausahaan dan variabel orientasi pasar secara bersama-sama memberi kontribusi pengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing sebesar 70,4%.
-

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka saran yang dapat disampaikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Dalam variabel orientasi kewirausahaan (X_1) yang perlu ditingkatkan adalah keberanian dalam mengambil keputusan utamanya pada aspek pemasaran dan produksi, namun tetap harus memperhitungkan kemanfaatannya bagi kelangsungan usaha. Kemudian saran berikutnya yaitu para pelaku usaha harus mampu menjalankan usahanya dengan lebih inovatif mengikuti perkembangan yang terjadi, pelaku usaha harus dapat memanfaatkan peluang pasar yang ada dengan inovasi-inovasi yang baru sehingga usaha yang dijalankan dapat terus berjalan seiring dengan perubahan-perubahan pasar.
2. Dalam variabel orientasi pasar (X_2) yang perlu ditingkatkan adalah pelaku usaha harus lebih peduli dan dapat mengamati perkembangan para pesaingnya dengan baik dan cermat, hal tersebut penting karena agar pelaku usaha dapat melihat sejauh apa perkembangan usaha para pesaingnya sehingga usahanya tidak tertinggal dari usaha para pesaingnya. Saran berikutnya yaitu para pelaku usaha harus dapat memanfaatkan informasi-informasi yang didapat dari para pesaingnya dengan baik seperti informasi-informasi tentang strategi penjualan, strategi pemasaran sampai desain-desain yang dimiliki pesaing yang dapat dijadikan referensi dalam menjalankan usahanya sendiri.
3. Dalam variabel keunggulan bersaing (Y) yang perlu ditingkatkan adalah kekhasan produk agar memenuhi ciri khas yang disenangi pelanggan. Saran berikutnya yaitu perajin harus memperbanyak referensi dan menciptakan motif-motif yang berbeda dari para pesaing sehingga produk memiliki ciri khas tersendiri dan tidak mudah ditiru oleh pesaing.
4. Untuk penelitian berikutnya, faktor-faktor lain seperti harga, promosi dan inovasi produk perlu dilakukan pengaruhnya terhadap penurunan perkembangan industri di sentra IKM tenun ikat troso.

Daftar Pustaka

- Hinsa, Siahaan. 2007. *Manajemen Risiko: Konsep, Kasus & Implementasi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler P, Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. 1990. *The Effect of Market Orientation on Business Profitability*. *Journal of Marketing*. Pp.20 – 35.
- Saiman, Leonardus. 2009. *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Weerawardena, Jay. 2003. *Exploring The Role of Market Learning Capability in Competitive Strategy*. *European Journal of Marketing*. Vol.37,p.407-429.