

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, KEMAMPUAN
MENGINDERA PASAR DAN KEMITRAAN TERHADAP KEUNGGULAN
BERSAING UNTUK MENINGKATKAN KINERJA USAHA (STUDI PADA
USAHA MIKRO KECIL BATIK DI KOTA PEKALONGAN)**

Oleh:

Sheila Mutiara Dewinta, Sugeng Wahyudi, Amie Kusumawardhani
Email: sheilamutiaraa@gmail.com

Manajemen Strategik/Magister Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro

ABSTRAK

Jumlah unit usaha yang semakin meningkat mengakibatkan terjadinya persaingan dalam usaha mikro dan kecil sehingga mengakibatkan kinerja usaha menurun. Kinerja UMKM batik di Kota Pekalongan menurun, hal ini mengindikasikan bahwa UMKM kurang mampu bersaing. Dalam telaah pustaka, orientasi kewirausahaan, kemampuan mengindera pasar dan kemitraan dapat menjadi jalan keluar dari permasalahan ini.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan survei kuesioner terhadap 200 sampel dari UMK batik di Kota Pekalongan, dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan metode SEM dengan AMOS versi 21.

Hasil penelitian menunjukkan orientasi kewirausahaan, kemampuan mengindera pasar dan kemitraan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Kemitraan dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Orientasi kewirausahaan dan kemampuan mengindera pasar berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja usaha. Ketidak-signifikan tersebut disebabkan oleh keunggulan bersaing yang memediasi secara penuh hubungan orientasi kewirausahaan dan kemampuan mengindera pasar terhadap kinerja usaha. Keunggulan bersaing juga memediasi secara parsial dominan hubungan kemitraan terhadap kinerja usaha.

Kata kunci: Usaha Mikro dan Kecil Batik, Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Mengindera Pasar, Kemitraan, Keunggulan Bersaing, Kinerja Usaha

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu prioritas pembangunan ekonomi di Indonesia. Kegiatan UMKM merupakan salah satu bidang usaha yang dapat bertahan dan menjadi pemulih perekonomian di tengah keterpurukan akibat krisis moneter pada berbagai sektor ekonomi. Pelaku UMKM dituntut untuk berpikir secara kreatif dan inovatif dalam era globalisasi seperti saat ini, karena untuk menghadapi kondisi pasar yang dinamis. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM dibedakan menjadi 3 yaitu Usaha Mikro dengan aset maksimal 50 juta dan omzet maksimal 300 juta, Usaha Kecil dengan aset >50 juta hingga 500 juta dan omzet >300 juta hingga 2,5 milyar dan Usaha Menengah dengan aset >500 juta hingga 10 milyar dan omzet >2,5 milyar hingga 50 milyar. BPS membedakan

UMKM berdasarkan jumlah tenaga kerja seperti Usaha Mikro dengan tenaga kerja 1-4 orang, Usaha Kecil dengan tenaga kerja 5-19 orang dan Usaha Menengah dengan tenaga kerja 20-99 orang,

UMKM di Indonesia dapat menyerap tenaga kerja hingga hampir setengah dari total jumlah penduduk di Indonesia, yaitu 114.144.082 orang (Kementerian Koperasi&UKM, 2014). Jumlah unit UMKM di Indonesia juga jauh lebih besar daripada jumlah Usaha Besar (UB). UMKM sendiri memberikan *Product Domestic Bruto* (PDB) yang lebih tinggi daripada UB. Hal ini menandakan bahwa peran UMKM sangat penting bagi perekonomian Indonesia. Agar dapat memberi kontribusi lebih terhadap perekonomian di Indonesia, maka salah satu hal yang dapat dilakukan yaitu mendorong UMKM untuk lebih berkembang. Mendorong UMKM berarti juga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah, penyerapan tenaga kerja atau pengurangan pengangguran, mengurangi jumlah kemiskinan dan menambah nilai ekspor.

Apabila ditinjau dari jenis Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) menurut lapangan usahanya, Industri Pengolahan di Jawa Tengah memberikan kontribusi yang paling tinggi dan terus meningkat dibandingkan dengan sektor Industri lainnya yang ada di Propinsi Jawa Tengah. Peningkatan ini terjadi dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2014.

Menurut Badan Pusat Statistik, kategori Industri Pengolahan meliputi kegiatan ekonomi di bidang perubahan secara kimia atau fisik dari bahan, unsur atau komponen menjadi produk baru. Beberapa sub kategori dalam industri pengolahan, salah satunya industri tekstil dan pakaian jadi. Contoh produk yang dihasilkan: kain tenun ikat, benang, kain, batik, rajutan, pakaian jadi, pakaian sesuai pesanan dan lain-lain.

Batik merupakan salah satu kerajinan warisan sejarah Indonesia. Batik Indonesia telah dikenal sejak abad ke-4 atau ke-5. UNESCO (United Nation Educational Scientific and Cultural Organization) telah menetapkan bahwa batik sebagai “Warisan Budaya Dunia Tak Berbentuk (Intangible World Heritage)” pada Oktober 2009, selain keris dan wayang. Batik berasal dari bahasa jawa “amba” yang berarti “menulis” dan “titik” yang diartikan sebagai kegiatan membuat titik. Di Indonesia, batik termasuk dalam sektor ekonomi kreatif, yaitu suatu konsep ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonomi.

Pada masa lalu hanya keluarga bangsawan yang diperbolehkan untuk memakai desain batik tertentu, pada saat ini hampir semua orang dari semua tingkat ekonomi, bebas memakai berbagai macam jenis batik untuk keperluan sehari-hari maupun acara-acara istimewa. Kerajinan batik telah menjadi produk yang sangat penting di Indonesia. Diberbagai kota besar industri batik mudah ditemukan, mereka memproduksi baik batik cap maupun batik tulis.

Data UMKM Batik di Provinsi Jawa Tengah dan Kota Pekalongan Tahun 2012, menunjukkan bahwa UMKM batik di Kota Pekalongan dapat menyerap unit usaha hingga 39,35% dari populasi UMKM batik di Provinsi Jawa Tengah. Tenaga kerja yang terserap dalam UMKM batik di Kota Pekalongan sebesar 37,61% dari populasi tenaga kerja UMKM batik di Provinsi Jawa Tengah. Investasi batik di Kota Pekalongan sebesar 9,42% dari total investasi di Provinsi Jawa Tengah. Produksi batik di Kota Pekalongan sebesar 30,64% dari total produksi batik di Provinsi Jawa Tengah. Investasi batik di Kota Pekalongan cukup baik, karena nilai investasi lebih rendah dari nilai produksi.

Data UMKM batik di Kota Pekalongan Tahun 2010-2014 menunjukkan bahwa jumlah unit usaha batik meningkat dari tahun ke tahun. Dari segi nilai investasi menurun pada tahun 2013 dan tahun 2014. Besar nilai produksi UMKM batik juga menurun pada tahun 2013-2014. Rata-rata produksi juga menurun pada tahun 2013 dan tahun 2014. UMKM memiliki budget terbatas, sehingga tidak mungkin untuk melakukan produksi tanpa mengacu pada penjualan periode sebelumnya. Dapat dikatakan bahwa produksi dalam UMKM memiliki pengaruh pada kinerja bisnis.

UMKM batik di Kota Pekalongan sebenarnya sangat potensial, tetapi terjadinya penurunan kinerja UMKM batik di Kota Pekalongan mengindikasikan bahwa UMKM kurang mampu bersaing pada lingkungan pasar yang dinamis serta selera konsumen yang terus berubah hingga saat ini. Salah satu langkah yang dapat ditempuh oleh pelaku UMKM batik di Kota Pekalongan agar tetap bertahan ditengah kerasnya persaingan usaha yaitu dengan menciptakan keunggulan bersaing. Pada studi sebelumnya yang telah dilakukan, orientasi kewirausahaan, kemampuan mengindera pasar dan kemitraan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dan kinerja usaha. Penelitian-penelitian tersebut yang menjadi dasar dari penelitian terhadap usaha mikro dan kecil batik di Kota Pekalongan, dalam hal ini adalah “Bagaimana cara meningkatkan kinerja usaha melalui keunggulan bersaing, orientasi kewirausahaan, kemampuan mengindera pasar, kemitraan”.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan, kemampuan mengindera pasar dan kemitraan terhadap keunggulan bersaing. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan, kemampuan mengindera pasar dan kemitraan terhadap kinerja usaha. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha.

TELAAH PUSTAKA

Hubungan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing digunakan untuk membedakan kinerja perusahaan di sektor keuntungan. Porter menjelaskan bahwa ada dua tipe dasar keunggulan bersaing yaitu kepemimpinan biaya dan diferensiasi. Faktor utama yang menyebabkan keunggulan kompetitif adalah pendapatan berkelanjutan, inovasi dan pengembangan produk baru, merek dan reputasi, hubungan karyawan, akuisisi dan merger. Porter menyebutkan bahwa diferensiasi merupakan aspek penting dalam keunggulan bersaing, tetapi untuk menjadi berbeda dari pesaing kita perlu tahu apa yang bisa membuat kita berbedaa (Freeman, 2001: 39).

Penelitian yang dilakukan oleh Mahmood dan Hanafi (2013) menghasilkan kesimpulan bahwa ada pengaruh signifikan antara orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing. Serupa dengan penelitian tersebut, Sirivanh et al. (2014) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Pardi et al. (2014) dalam penelitiannya juga menghasilkan kesimpulan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing

Hubungan Kemampuan Mengindera Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing

Lingkungan adalah kondisi dari keseluruhan eksternal yang mempengaruhi organisasi. Lingkungan terdiri dari lingkungan internal dan eksternal. Lingkungan internal berkorelasi sangat dekat dengan kondisi keseluruhan organisasi seperti sumber daya, kemampuan, kompetensi inti, yang dimiliki oleh organisasi (Hitt et al., 2001 dalam Meutia, 2013). Disisi lain, lingkungan eksternal adalah lingkungan umum, tipe industri serta pesaing.

Kurangnya kekuatan pasar dan lingkungan dinamis yang mengelilingi perusahaan sebagai konsekuensi dari pasar yang baru yang dihadapi oleh UKM yang membuat UKM tersebut rentan terhadap pengaruh luar, berbeda dengan perusahaan yang lebih besar (Man dan Lau, 2002 dalam Meutia, 2013. Baringer (1997) dalam Meutia (2013) menemukan bahwa organisasi yang memiliki pertumbuhan yang baik dapat beroperasi lebih baik dibanding dengan organisasi yang tumbuh lebih lambat. Hal ini mengindikasikan adanya pengaruh positif kesempatan yang dimiliki perusahaan terhadap keunggulan bersaing bisnis. Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H2: Kemampuan mengindera pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing

Hubungan Kemitraan Terhadap Keunggulan Bersaing

Napolitano (1997) dalam Wu et al. (2011) mengusulkan bahwa organisasi secara berkala mengurangi pemasok dan meningkatkan aliansi strategis. Produsen dan pemasok harus bisa menerapkan kemitraan yang kompeten. Penelitian yang dilakukan oleh Indarto dan Ariefantoro (2015) memberikan kesimpulan bahwa kemitraan tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Hasil tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Meyskens (2010) berpendapat bahwa keanekaragaman kemitraan berhubungan positif terhadap keunggulan bersaing. Kemitraan membantu dalam memenuhi kondisi sumber daya yang diinginkan ini yang menyebabkan keunggulan kompetitif. Penelitian yang dilakukan oleh Wu et al. (2011) mendukung pendapat tersebut dengan perolehan hasil bahwa kemitraan memiliki korelasi positif dengan keunggulan kompetitif. Jika perusahaan memiliki kemitraan yang baik dengan rantai pasokan, maka akan memiliki efek positif dalam keunggulan kompetitif. Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yusuf et al dalam Wu et al. (2011) yang menyatakan bahwa sensitif kemampuan rantai pasokan meningkatkan keunggulan kompetitif.

Untuk mendukung pendapat tersebut, dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan Monczka dan Trent (1992) dan Monczka et al. (2002) dalam Wu et al. (2011) mengindikasikan bahwa membangun kemitraan dapat meningkatkan efektivitas rantai pasokan. Melalui kemitraan, kedua pihak dapat membangun kepercayaan, pengakuan, negosiasi dan kerjasama kemudian membentuk sebuah sistem operasi yang terintegrasi yang efisien dan dapat menggabungkan dengan sumber daya internal yang terbatas untuk meningkatkan daya saing yang baik. Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H3: Kemitraan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing

Hubungan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha

Hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja perusahaan telah dilakukan oleh beberapa sarjana yang berteori tentang hubungan positif antara orientasi kewirausahaan dan profitabilitas atau pertumbuhan perusahaan (Covin dan

Lumpkin, 2011; Anderson, 2009; Lumpkin dan Dess, 1996 dalam Urban dan Mothusiwa, 2014). Penelitian oleh Fairoz et al. (2010) menghasilkan kesimpulan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan kecil dan menengah. Penelitian tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Yu (2012) menghasilkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Lee dan Lim (2009) dalam Fairoz et al., 2010 dalam penelitiannya terhadap kinerja bisnis restoran jepang di Korea Selatan juga menghasilkan kesimpulan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis.

Wiklund dan Shepherd (2003) juga menemukan bahwa orientasi kewirausahaan meningkatkan hubungan positif pada kinerja 384 perusahaan kecil dan menengah di Swedia. Keh et al., (2007) meneliti hubungan antara orientasi kewirausahaan dan informasi pasar pada kinerja UKM di Singapura menemukan bahwa orientasi kewirausahaan memainkan peranan penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan dan memiliki efek baik langsung dan tidak langsung pada kinerja perusahaan. Hal serupa juga dikemukakan oleh Wang (2008) yang telah mensurvei 213 perusahaan menengah dan besar di Inggris yang menyelidiki hubungan antara orientasi kewirausahaan, orientasi pembelajaran dan kinerja bisnis bahwa orientasi kewirausahaan penting bagi kinerja. Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H4: Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha

Hubungan Kemampuan Mengindera Pasar Terhadap Kinerja Usaha

Morgan et al. (2009) mengemukakan bahwa pengetahuan pasar yang baik memicu kemampuan mengindera pasar yang kuat dan merupakan nilai yang utama untuk menentukan kinerja perusahaan sebagai input yang tidak langsung terhadap proses perusahaan yang lain seperti pemilihan, penciptaan dan penggunaan nilai (Hult, Ketchen dan Slater, 2005; Morgan, Zou, Vorhies dan Katsikeas, 2003). Penelitian yang dilakukan oleh Morgan et al., 2009 menemukan bahwa kemampuan mengindera pasar memiliki pengaruh positif terhadap tingkat pertumbuhan pendapatan dan berpengaruh negatif terhadap tingkat pertumbuhan margin pada kinerja. Lindblom et al. (2008) menemukan bahwa penginderaan pasar tidak memiliki efek positif terhadap kinerja profitabilitas perusahaan. Dilain pihak, penelitian ini menemukan bahwa penginderaan pasar sangat penting bagi wirausahawan untuk meningkatkan kinerja pertumbuhan penjualan. Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H5: Kemampuan mengindera pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha

Hubungan Kemitraan Terhadap Kinerja Usaha

Saparuddin dan Bado (2011) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa pelaksanaan kemitraan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha finansial dan non-finansial. Hal itu mengindikasikan bahwa akses pemasaran, pembinaan dan pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM), akses permodalan dan keterkaitan manajemen pengelolaan organisasi dan budaya memberikan peranan nyata terhadap kinerja usaha. Hasil ini didukung oleh pernyataan Marco Sumampow (1997:20) dalam Saparuddin dan Bado (2011) bahwa perkembangan bisnis atau usaha tidak dapat dipisahkan dari perkembangan kualitas SDM. Ristadi Widodo (1999:121) dalam Saparuddin dan Bado (2011) dari hasil penelitiannya yang mengemukakan

bahwa salah satu upaya untuk mempertahankan kinerja UMKM adalah mempertahankan upaya untuk memperoleh sumber-pembiayaan (modal usaha). Supriyadi dan Ekawati (2014) mengemukakan bahwa strategi kemitraan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja bisnis. Penelitian yang dilakukan oleh Yasa et al. (2013) juga menghasilkan temuan bahwa peranan strategi kemitraan mempengaruhi kinerja UMKM secara signifikan. Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H6: Kemitraan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha

Hubungan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Usaha

Diosdad (2003) dalam Meutia (2013) dalam tulisan mereka memaparkan bahwa keunggulan bersaing dapat dinilai oleh perusahaan dengan membandingkan dengan kelemahan dan kekuatan pesaing. Keunggulan bersaing didapatkan dari kemampuan perusahaan untuk menjaga sumber keunggulan dan kemampuan superior mereka. Keunggulan bersaing juga dipandang dari keahlian dan sumber daya yang istimewa dari perusahaan yang dipandang oleh konsumen dengan berbasiskan biaya pembelian yang lebih rendah, pangsa pasar dan kinerja. Keunggulan bersaing juga dapat dilihat sebagai jumlah dari sumber daya dan sumber modal yang dikumpulkan oleh perusahaan.

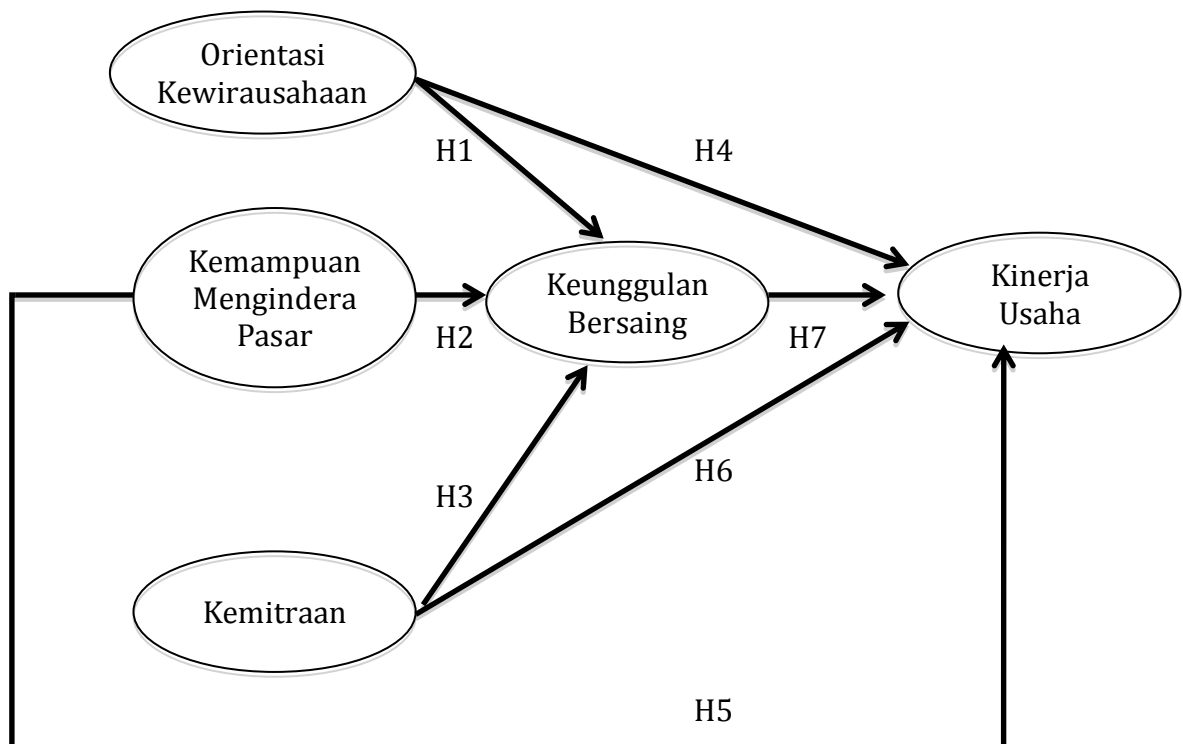
Menurut Barney (1991) perusahaan dapat diidentifikasi sebagai perusahaan yang memiliki kompetensi yang baik apabila perusahaan tersebut memiliki strategi penciptaan nilai, yang tidak secara langsung diaplikasikan oleh pesaing mereka (Sinkovics et al., 2004). Jennings dan Lumpkin (1992) mengemukakan bahwa tidak banyak studi yang berlatar UKM. Pendekatan strategi memiliki potensi untuk meningkatkan kemampuan kompetitif, yang memberikan kontribusi pada peningkatan kinerja perusahaan (Sinkovics et al., 2004 dalam Meutia, 2013).

Keunggulan bersaing mendorong perusahaan untuk tetap bertahan dan memperoleh keuntungan. Keunggulan bersaing juga mendorong kinerja perusahaan melalui pencapaian keuntungan, pengembangan penjualan dan peningkatan jumlah konsumen. Hal ini ditunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Meutia (2013) yang mengemukakan bahwa keunggulan bersaing memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis. Majeed (2011) juga menyatakan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja. Hasil yang sama diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh Chan (2004) dalam Mohebi dan Farzollahzade (2014), keunggulan bersaing memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja. Hasil penelitian oleh Mohebi dan Farzollahzade (2014) juga menemukan bahwa keunggulan bersaing memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja bisnis. Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H7: Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

Gambar 1: Rencana Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber: Yu (2012); Urban dan Mothusiwa (2014); Sirivanh et al. (2014); Hulland et al. (2007); Morgan et al. (2009); Olavarrieta dan Friedmann (2008); Mohebi dan Farzollahzade (2014); Meutia (2013); Supriyadi dan Ekawati (2014); Wu et al. (2011)

METODE PENELITIAN

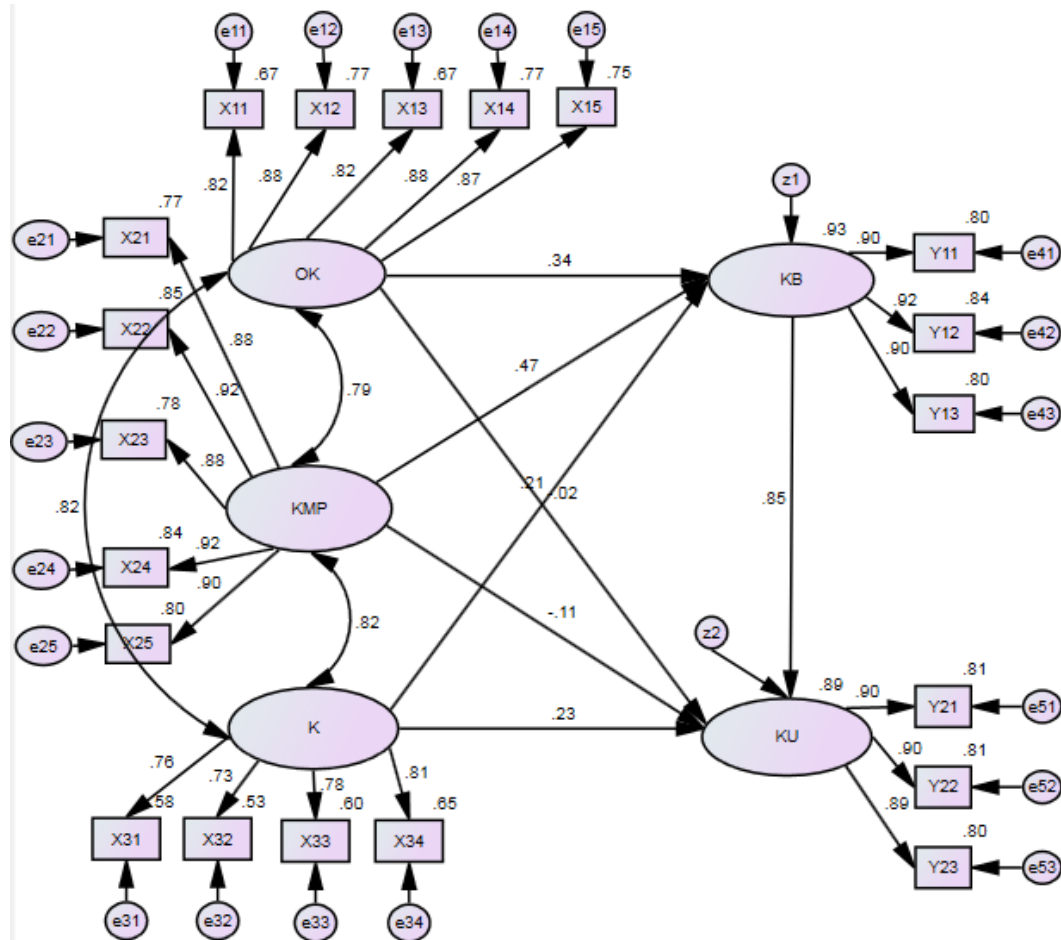
Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subyek (self-report data). Data subyek, merupakan data penelitian yang dilaporkan sendiri oleh responden secara individual atau secara kelompok. (Indriantoro dan Supomo, 2009:145). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan oleh peneliti melalui metode wawancara dan metode kuesioner terhadap obyek yang diteliti yaitu usaha mikro dan kecil industri batik. Data sekunder yang digunakan untuk mendukung penelitian ini antara lain adalah Badan Pusat Statistik (BPS), Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan situs internet yang memuat informasi yang berkaitan dengan penelitian ini.

Populasi dalam penelitian adalah UMKM batik yang beroperasi di Kota Pekalongan, dengan populasi sebanyak 861 unit usaha. Besarnya sampel dalam penelitian ini adalah 200 sampel. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, adalah informasi yang diperoleh dari mereka yang memiliki spesifik target yaitu, tipe tertentu dari orang-orang yang akan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan atau mereka yang memenuhi beberapa kriteria yang ditetapkan oleh peneliti (Sekaran, 1992: 235). Dalam penelitian ini menggunakan skala penilaian satu (1) sampai dengan tujuh (7) alternatif jawaban secara berjenjang. Angka satu (1) merupakan rendah dan angka tujuh (7) adalah tinggi. Untuk menganalisis data kuantitatif dalam penelitian ini digunakan metode

Structural Equation Modeling (SEM). Permodelan persamaan struktural dilakukan dengan paket software statistik IBM SPSS AMOS.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambar 1: Hasil Full Model Penelitian



Sumber: data primer yang diolah, 2016

Hasil pengujian kecocokan model pada penelitian ini disajikan dalam tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1: Hasil Uji Goodness of Fit Model Penelitian

Goodness of Fit Index	Cut-off Value	Hasil	Evaluasi Model
Significance Probability	≥ 0.05	0.149	Model fit
CMIN/DF	≤ 2.00	1.116	Model fit
GFI	≥ 0.90	0.921	Model fit
AGFI	≥ 0.90	0.896	Marginal
TLI	≥ 0.95	0.995	Model fit
CFI	≥ 0.95	0.995	Model fit
RMSEA	≤ 0.08	0.024	Model fit

Sumber: data primer yang diolah, 2016

Pada tabel 1 menunjukkan bahwa model keseluruhan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria model fit untuk indeks pengukuran probabilitas sebesar 0,149

karena $p \geq 0,05$; nilai CMIN/DF sebesar 1,116 merupakan model fit, karena kurang dari 2,00; nilai GFI sebesar 0,921 merupakan model fit, karena $\geq 0,90$; nilai TLI sebesar 0,995 merupakan model fit, karena $\geq 0,95$; nilai CFI sebesar 0,995 merupakan model fit, karena $\geq 0,95$ dan nilai RMSEA sebesar 0,024 merupakan model fit, karena $\leq 0,08$. Model dalam penelitian ini memiliki nilai AGFI sebesar 0,896 merupakan marginal karena $\leq 0,90$.

Hasil model penelitian ditunjukkan pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2: Hasil Model Penelitian

			Std. Estimate	Estimate	S.E.	C.R.	P
Keunggulan Bersaing	<---	Orientasi Kewirausahaan	.343	.417	.083	5.006	***
Keunggulan Bersaing	<---	Kemampuan Mengindera Pasar	.473	.505	.073	6.876	***
Keunggulan Bersaing	<---	Kemitraan	.213	.245	.093	2.642	.008
Kinerja Usaha	<---	Kemitraan	.234	.252	.119	2.112	.035
Kinerja Usaha	<---	Kemampuan Mengindera Pasar	-.110	-.110	.134	-.821	.412
Kinerja Usaha	<---	Orientasi Kewirausahaan	-.024	-.028	.129	-.216	.829
Kinerja Usaha	<---	Keunggulan Bersaing	.854	.804	.217	3.702	***

Sumber: data primer yang diolah, 2016

Berikut adalah pembahasan masing-masing pengujian hipotesis:

Nilai estimasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing menunjukkan C.R sebesar 5,006 dengan $P = 0,000$. Nilai C.R 5,006 pada $P = 0,000$, lebih baik dari 1,96 pada $P \leq 0,001$, sehingga dapat dijelaskan bahwa pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing adalah signifikan. Besarnya koefisien pengaruh langsung antara orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing adalah positif (0,343). Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing. Artinya semakin tinggi orientasi kewirausahaan maka semakin tinggi pula keunggulan bersaing.

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

Nilai estimasi pengaruh kemampuan mengindera pasar terhadap keunggulan bersaing menunjukkan C.R sebesar 6,876 dengan $P = 0,000$. Nilai C.R 6,876 pada $P = 0,000$, lebih baik dari 1,96 pada $P \leq 0,001$, sehingga dapat dijelaskan bahwa pengaruh kemampuan mengindera pasar terhadap keunggulan bersaing adalah signifikan. Besarnya koefisien pengaruh langsung antara kemampuan mengindera pasar terhadap keunggulan bersaing adalah positif (0,473). Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kemampuan mengindera pasar terhadap keunggulan bersaing. Artinya semakin tinggi kemampuan mengindera pasar maka semakin tinggi pula keunggulan bersaing.

H2: Kemampuan mengindera pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap

keunggulan bersaing.

Nilai estimasi pengaruh kemitraan terhadap keunggulan bersaing menunjukkan C.R sebesar 2,642 dengan $P = 0,008$. Nilai C.R 2,642 pada $P = 0,008$, lebih baik dari 1,96 pada $P \leq 0,010$, sehingga dapat dijelaskan bahwa pengaruh kemitraan terhadap keunggulan bersaing adalah signifikan. Besarnya koefisien pengaruh langsung antara kemitraan terhadap keunggulan bersaing adalah positif (0,213). Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kemitraan terhadap keunggulan bersaing. Artinya semakin tinggi kemitraan maka semakin tinggi pula keunggulan bersaing.

H3: Kemitraan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Nilai estimasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha menunjukkan C.R sebesar -0,216 dengan $P = 0,829$. Nilai C.R -0,216 pada $P = 0,829$, tidak lebih baik dari 1,96 pada $P \leq 0,05$, sehingga dapat dijelaskan bahwa pengaruh dari orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha adalah tidak signifikan. Besarnya koefisien pengaruh langsung antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha adalah negatif namun bernilai sangat kecil mendekati nol (-0,024). Hasil dalam penelitian ini berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa hampir tidak terdapat pengaruh dari variabel orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha. Artinya semakin tinggi orientasi kewirausahaan justru tidak mempengaruhi atau menyebabkan semakin rendah kinerja usaha.

H4: Orientasi kewirausahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja usaha.

Nilai estimasi pengaruh kemampuan mengindera pasar terhadap kinerja usaha menunjukkan C.R sebesar -0,821 dengan $P = 0,412$. Nilai C.R -0,821 pada $P = 0,412$, tidak lebih baik dari 1,96 pada $P \leq 0,05$, sehingga dapat dijelaskan bahwa pengaruh dari kemampuan mengindera pasar terhadap kinerja usaha adalah tidak signifikan. Besarnya koefisien pengaruh langsung antara kemampuan mengindera pasar terhadap kinerja usaha adalah negatif (-0,110). Hasil dalam penelitian ini berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan dari variabel kemampuan mengindera pasar terhadap kinerja usaha. Artinya semakin tinggi kemampuan mengindera pasar maka semakin rendah kinerja usaha.

H5: Kemampuan mengindera pasar berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja usaha.

Nilai estimasi pengaruh kemitraan terhadap keunggulan bersaing menunjukkan C.R sebesar 2,112 dengan $P = 0,035$. Nilai C.R 2,112 pada $P = 0,035$, lebih baik dari 1,96 pada $P \leq 0,05$, sehingga dapat dijelaskan bahwa pengaruh dari kemitraan terhadap kinerja usaha adalah signifikan. Besarnya koefisien pengaruh langsung antara kemitraan terhadap kinerja usaha adalah positif (0,234). Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kemitraan terhadap kinerja usaha. Artinya semakin tinggi kemitraan maka semakin tinggi pula kinerja usaha.

H6: Kemitraan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Nilai estimasi pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha menunjukkan C.R sebesar 3,702 dengan $P = 0,000$. Nilai C.R 3,702 pada $P = 0,000$, lebih baik dari 1,96 pada $P \leq 0,001$, sehingga dapat dijelaskan bahwa pengaruh dari

keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha adalah signifikan. Besarnya koefisien pengaruh langsung antara keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha adalah positif (0,854). Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha. Artinya semakin tinggi keunggulan bersaing maka semakin tinggi pula kinerja usaha.

H7: Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha, diterima.

Tabel 3: Hasil Uji Two Tailed Significance (BC)

			Pengaruh Total	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Keterangan
Kinerja Usaha	<---	Orientasi Kewirausahaan	.007	.961	.008	Mediasi Penuh
Kinerja Usaha	<---	Kemampuan Mengindera Pasar	.008	.634	.008	Mediasi Penuh
Kinerja Usaha	<---	Kemitraan	.011	.163	.028	Mediasi Parsial Dominan

Sumber: data primer yang diolah, 2016

Dari tabel 3 di atas hasil uji *two tailed significance* dalam penelitian ini pada variabel orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha menunjukkan adanya mediasi penuh, karena setelah dilakukan uji *two tailed significance* pada pengaruh tidak langsung, menunjukkan probabilitas yang signifikan yaitu 0,008 sedangkan pada pengaruh langsungnya nilai probabilitas sebesar 0,961. Variabel kemampuan mengindera pasar terhadap kinerja usaha menunjukkan adanya mediasi penuh, karena setelah dilakukan uji *two tailed significance* pada pengaruh tidak langsung, menunjukkan probabilitas yang signifikan yaitu 0,008 sedangkan pada pengaruh langsungnya nilai probabilitas sebesar 0,634. Variabel kemitraan terhadap kinerja usaha menunjukkan adanya mediasi parsial dominan, karena pada saat dilakukan uji *two tailed significance* pada pengaruh tidak langsung, menunjukkan probabilitas yang signifikan yaitu 0,028, pada pengaruh langsungnya nilai probabilitas sebesar 0,163, dan pada pengaruh total nilai probabilitasnya sebesar 0,011.

Tabel 4: Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung dengan Bootstrap

			Std. Estimate	S.E.	LB	UB	P
Kinerja Usaha	<---	Kemitraan	.182	.168	.026	1.025	.028
Kinerja Usaha	<---	Kemampuan Mengindera Pasar	.404	.282	.104	.975	.008
Kinerja Usaha	<---	Orientasi Kewirausahaan	.293	.207	.075	.709	.008

Sumber: data primer yang diolah, 2016

Kesimpulan dalam penelitian ini bahwa hubungan orientasi kewirausahaan dan kemampuan mengindera pasar terhadap kinerja usaha mengalami mediasi penuh oleh keunggulan bersaing sehingga mengakibatkan tidak signifikannya pengaruh

langsung orientasi kewirausahaan dan kemampuan mengindera pasar terhadap kinerja usaha. Sedangkan hubungan kemitraan terhadap kinerja usaha bernilai signifikan baik pada pengaruh langsung maupun tidak langsungnya. Sehingga disimpulkan bahwa hubungan kemitraan terhadap kinerja usaha mengalami mediasi parsial dominan.

KESIMPULAN

Dari analisis hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, dimana dari tujuh (7) hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini lima (5) diantaranya diterima dan dua (2) lainnya ditolak.

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

H2: Kemampuan mengindera pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

H3: Kemitraan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

H4: Orientasi kewirausahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja usaha.

H5: Kemampuan mengindera pasar berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja usaha.

H6: Kemitraan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

H7: Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

SARAN

1. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menggunakan skala penelitian yang lebih banyak dalam penelitian, hal ini untuk meminimalkan ketidaknormalan data.
2. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk memperhatikan pemilihan indikator dalam variabel untuk mencegah jawaban yang hampir sama antar indikator pada variabel yang berbeda, hal ini untuk meminimalkan adanya multikolinearitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik, 2015, Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, Semarang, Indonesia
- Fairoz, Fauzul Mafasiya., et al., 2010, “*Entrepreneurial Orientation and Business Performance of Small and Medium Scale Enterprises of Hambantota District Sri Lanka*”, **Asian Social Science**, Vol. 6, No. 3
- Ferdinand, Augusty, 2002, “*Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*”, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Edisi 2, ISBN 979-9156-75-0, Seri Pustaka kunci 03/2002
- Competitive Advantage?*”, **Business Information Review**, Vol. 3, pp. 38-45
- Ghozali, Imam, 2011, “*Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Dengan Program Amos 19.0*”, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, ISBN: 979.704.233.3
- Indarto dan Ariefiantoro, Teguh, 2015, “*Peran Inovasi dan Kemitraan Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing UMKM Batik Semarang*”, **The 2nd zuniversity Research Coloquium**, ISSN 2407-9189
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang, 2009, “*Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*”, BPFE Yogyakarta, ISBN: 979-503-372-7

- Keh, Hean Tat., et al., 2007, "*The Effect of Entrepreneurial Orientation and Marketing Information on The Performance of SMEs*", **Journal of Business Venturing**, 22, 592-611
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, http://www.depkop.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=129
- Lindblom, Arto., et al., 2008, "*Market-sensing Capability and Business Performance of Retail Entrepreneurs*", **Contemporary Management Research**, 4 (3): 219-236
- Mahmood, Rosli dan Hanafi, Norshafizah, 2013, "*Entrepreneurial Orientation and Business Performance of Women-Owned Small and Medium Enterprises in Malaysia: Competitive Advantage as a Mediator*", **International Journal of Business and Social Science**, Vol. 4, No. 1
- Majeed, Sadia, 2011, "*The Impact of Competitive Advantage on Organizational Performance*", **European Journal of Business and Management**, Vol. 3, No.4
- Meutia, 2013, "*Improving Competitive Advantage and Business Performance through the Development of Business Network, Adaptability of Business Environment and Innovation Creativity: An Empirical Study of Batik Small and Medium Enterprises (SME) in Pekalongan, Central Java, Indonesia*", **Aceh International Journal of Social Sciences**, 2 (1): 11-20, ISSN: 2088-9976
- Meyskens, Moriah A., 2010, "*How Do Partnerships Lead to a Competitive Advantage? Applying the Resource based View to Nascent Social Ventures*", **FIU Electronic Theses and Dissertations**, pp. 238
- Mohebi, Mohammad Mehdi dan Farzollahzade, Sakineh, 2014, "*Improving Competitive Advantage and Business Performance of SMEs by Creating Entrepreneurial Social Competence*", **MAGNT Research Report**, Vol. 2 (Special Issue), pp. 20-26, ISSN: 1444-8939
- Morgan, Neil A., et al., 2009, "*Linking Marketing Capabilities With Profit Growth*", **Journal of Research in Marketing**, 26, 284-293
- Pardi., et al., 2014, "*The Effect of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation toward Learning Orientation, Innovation, Competitive Advantages and Marketing Performance*", **European Journal of Business and Management**, Vol. 6, No. 21
- Saparuddin M dan Bado, Basri, 2011, "*Pengaruh Kemitraan Usaha Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) dan Koperasi di Kabupaten Jeneponto Sulawesi Selatan*", **EconoSains**, Vol. 9, No. 2
- Sarjono, Haryadi dan Julianita, Winda, 2015, "*Structural Equation Modeling (SEM): Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Penelitian Bisnis*", Salemba Empat, ISBN: 978-979-061-554-0
- Sekaran, Uma, 1992, "*Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*", John Wiley&Sons, Inc, 2nd Edition, USA
- Sirivanh, Thongvanh., et al., 2014, "*The Effect of Entrepreneurial Orientation and Competitive Advantage on SMEs Growth: A Structural Equation Modeling Study*", **International Journal of Business and Social Science**, Vol. 5, No.6 (1)
- Sugiyono, 2009, "*Metode Penelitian Bisnis*", Alfabeta, Bandung
- Sugiyono, 2015, "*Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development/R&D)*", Alfabeta, Bandung
- Supriyadi dan Ekawati, Ratna, 2014, "*The Effect of Strategic Partnership on Innovation Capability and Business Performance of Garment Industry In West*

- Java-Indonesia*”, **International Journal of Scientific and Technology Research**, Vol. 3, Issue 12, ISSN: 2277-8616
- Wang, Catherine L., 2008, “*Entrepreneurial Orientation, Learning Orientation and Firm Performance*”, **Journal of Entrepreneurship Theory and Practice**, 32 (4), 635-657
- Wiklund, Johan dan Shepherd, Dean, 2003, “*Knowledge-Based Resources, Entrepreneurial Orientation, and The Medium-Sized Businesses*”, **Strategic Management Journal**, 24: 1307-1314
- Wu, Hung-Yi., et al., 2011, “*A Study On The Relationship Among Supplier Capability, Partnership and Competitive Advantage in Taiwan’s Semiconductor Industry*”, **International Journal of Electronic Business Management**, Vol. 9, No. 2, pp. 122-138
- Yasa, Ni Nyoman Kerti., et al., 2013, “*SME Performance Improvement and Its Effect on The Poverty Reduction in Bali*”, **International Journal of Business and Management Invention**, Vol. 2, Issue 4, pp. 01-12
- Yu, Feifei, 2012, “*Strategic flexibility, entrepreneurial orientation and firm performance: Evidence from small and medium-sized business (SMB) in China*”, **African Journal of Business Management**, Vol. 6 (4), pp. 1711 – 1720