

**ANALISIS PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI,
IMPLEMENTASI ERP DAN ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA
PEMASARAN DENGAN KEUNGGULAN
BERSAING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Pemalang)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan program sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

FAJAR AYU SURYANI

NIM 12010115140205

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2019

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Fajar Ayu Suryani

Nimir Induk Mahasiswa : 12010115140205

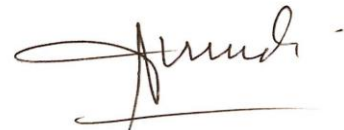
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI, IMPLEMENTASI ERP DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Pemalang)**

Dosen Pembimbing : Drs. H. Mudiantono, M.Sc

Semarang, 17 Februari 2019

Dosen Pembimbing



Drs. H. Mudiantono, M.Sc

NIP. 195512291982031003

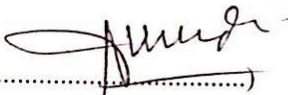
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Fajar Ayu Suryani
Nomor Induk Mahasiswa : 12010115140205
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Saluran Distribusi, Implementasi ERP dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Pematang)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada 13 Februari 2019

Tim Penguji

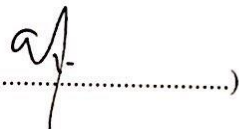
1. Drs. H. Mudiantono, M.Sc

()

2. Dr. I Made Bayu Dirgantara, S.E, M.M

()

3. Sri Rahayu Tri Astuti, S.E, M.M

()

PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya, Fajar Ayu Suryani menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: “Analisis Pengaruh Saluran Distribusi, Implementasi ERP dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran dengan Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening (Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Pemalang)” merupakan hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang saya buat tidak ada sebagian bahkan keseluruhan tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat ataupun simbol yang menunjukkan gagasan, pemikiran, maupun pendapat dari penulis lain, kemudian saya akui sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin tersebut, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa mencantumkan nama penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik sengaja ataupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Apabila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 17 Februari 2019



Fajar Ayu Suryani

NIM 12010115140205

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Kekuatan yang kita miliki mungkinlah tidak sebanding dengan ketidakadilan yang ada, tapi satu hal yang pasti: Tuhan tahu bahwa kita telah berusaha melawannya”

(Pramoedya Ananta Toer)

“Ilmu tanpa akal ibarat seperti memiliki sepatu tanpa kaki. Dan akal tanpa ilmu ibarat seperti memiliki kaki tanpa sepatu”

(Ali bin Abi Thalib)

“Yang penting bukan apakah kita menang atau kalah, Tuhan tidak mewajibkan manusia untuk menang sehingga kalah pun bukan dosa, yang penting adalah apakah seseorang berjuang atau tak berjuang”

(Emha Ainun Nadjib)

“Doa memberikan kekuatan pada orang yang lemah, membuat orang tidak percaya menjadi percaya dan memberikan keberanian pada orang yang ketakutan”

(Aristoteles)

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orangtua saya yang sangat saya sayangi, yang telah merawat, membesarkan dan mendidik saya dengan penuh kasih sayang.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh saluran distribusi, implementasi ERP, orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran dengan keunggulan bersaing sebagai variabel intervening. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Pematang Jaya. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 104 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode wawancara dan kuesioner. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis AMOS 24 dengan teknik analisis *Structural Equation Modeling (SEM)*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, implementasi ERP berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Dalam penelitian ini, variabel keunggulan bersaing memiliki pengaruh paling besar terhadap kinerja pemasaran dengan nilai estimasi 0,508. Dengan menerapkan strategi keunggulan bersaing dalam kegiatan operasional UMKM di Kabupaten Pematang Jaya maka kinerja pemasaran UMKM akan meningkat.

Kata kunci : Saluran Distribusi, Implementasi ERP, Orientasi Kewirausahaan, Keunggulan Bersaing, Kinerja Pemasaran.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of distribution channels, ERP implementation, entrepreneurial orientation on marketing performance with competitive advantage as an intervening variable. The population in this study were small and medium micro enterprises owners in Pematang Regency. The sample in this study amounted to 104 respondents. The data collection method used in this study was using interview methods and questionnaires. This study uses analysis tool using the AMOS 24 with Structural Equation Modeling (SEM) analysis techniques.

The results of this study indicate that distribution channels has a positive and significant effect on competitive advantage, ERP implementation has a positive and significant effect on competitive advantage, entrepreneurial orientation has a positive and significant effect on competitive advantage, distribution channels has a positive and significant effect on marketing performance, entrepreneurial orientation has a positive and significant effect on marketing performance, and competitive advantage has a positive and significant effect on marketing performance.

In this research, the competitive advantage variable has the most influence on marketing performance with 0.508 of an estimated value. By implementing a competitive advantage strategy in MSME operational activities in Pematang Regency, the marketing performance of MSMEs will increase.

Keywords : Distribution Channels, ERP Implementation, Entrepreneurial Orientation, Competitive Advantage, Marketing Performance.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Saluran Distribusi, Implementasi ERP dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Pemalang)”

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Penulisan skripsi dapat diselesaikan atas bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunianya kepada penulis, sehingga dengan ridho dari Allah skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Suratmo dan Ibu Nurkhayatun selaku kedua orang tua yang telah merawat, membesarkan dengan penuh kasih sayang dan senantiasa mendoakan agar dimudahkan dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Drs. H. Mudiantono, M.sc. selaku Dosen Pembimbing yang membimbing dengan penuh kesabaran serta mendukung seluruh kelancaran dalam pembuatan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak Dr. Mahfudz, S.E., M.T., selaku Dosen wali yang telah mendampingi dan memberi arahan akademik kepada penulis.
5. Bapak Dr. Harjum Muharam, SE., M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
6. Dr. Suharnomo, M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama studi.
8. Intan, Nita, Indah yang selalu menjadi pendengar segala keluh kesah penulis dalam proses penyusunan skripsi.
9. Teman satu kos yang selalu menyemangati dan memberikan dukungan kepada penulis (Yayuk, Celine, Dinda, Hayu).
10. Teman satu bimbingan Bapak Mudiantono yang memberikan semangat dan dukungan disaat tidak menemukan ide dan revisi yang tidak kunjung selesai : Isah, Mirza, Alif, Yoan, Erick, Afif.
11. Sukma, Malik, Tika, Wulan, Aida yang telah membantu dan menemani penulis dalam proses pengumpulan data berangkat pagi pulang malam.
12. Anin, Yayuk, Odil, Brigita, Sri yang memberikan masukan kepada penulis.
13. Teman-teman satu angkatan Manajemen Undip 2015.
14. Pihak – pihak yang mendoakan, mensupport, dan membantu dalam proses penyelesaian skripsi baik secara langsung maupun tidak langsung dan tidak bisa disebutkan, penulis mengucapkan terimakasih.

Semoga semua pihak yang telah penulis sebutkan diatas mendapatkan balasan yang setimpal, rezeki, dan kesuksesan selalu dari Allah SWT. Penulis sadar bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Sehingga, penulis sangat mengharap kritik dan saran yang membangun dari banyak pihak. Semoga skripsi ni bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan memberikan masukan bagi penelitian selanjutnya.

Semarang, 24 Januari 2019

Penulis,

Fajar Ayu Suryani

NIM 12010115140205

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	10
1.4. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II.....	13
TELAAH PUSTAKA.....	13
2.1. Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	13
2.1.1. Kinerja Pemasaran (<i>Marketing Performance</i>).....	13
2.1.2. Keunggulan Bersaing (<i>Competitive Advantage</i>).....	14
2.1.3. Saluran Distribusi (<i>Distribution Channel</i>).....	16
2.1.4. Implementasi Enterprise Resource Planning (ERP).....	17
2.1.5. Orientasi Kewirausahaan	19

2.2. Hubungan Antar Variabel.....	20
2.2.1. Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Keunggulan Bersaing	20
2.2.2. Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Kinerja Pemasaran	21
2.2.3. Pengaruh Implementasi ERP terhadap Keunggulan Bersaing.....	22
2.2.4. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing ..	23
2.2.5. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran	24
2.2.6. Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran	25
2.3. Penelitian Terdahulu.....	27
2.4. Kerangka Pemikiran	33
2.5. Hipotesis	34
BAB III	36
METODE PENELITIAN.....	36
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	36
3.1.1. Variabel Penelitian.....	36
3.1.2. Definisi Operasional	37
3.2. Populasi dan Sampel	40
3.2.1. Populasi.....	40
3.2.2. Sampel	40
3.2.2.1. Penentuan Jumlah Sampel.....	41
3.3. Jenis dan Sumber Data	42
3.3.1. Data Primer	42
3.3.2. Data sekunder	43
3.4. Metode Pengumpulan Data	43
3.4.1. Wawancara.....	43
3.4.2. Kuesioner	44
3.5. Metode Analisis Data	45
3.5.1. Structural Equation Modelling (SEM).....	45
BAB IV	57
HASIL DAN ANALISIS	57
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	57
4.1.1. Gambaran Umum Penelitian.....	57

4.1.2. Gambaran Umum Responden.....	58
4.2. Analisis Data	63
4.3. Interpretasi Hasil	68
4.3.1. Analisis Konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis).....	68
4.3.2. Analisis Full Model SEM	73
BAB V.....	88
PENUTUP.....	88
5.1. Kesimpulan.....	88
5.2. Implikasi Manajerial.....	89
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	93
5.4. Saran untuk Penelitian Mendatang.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah UMKM di Kabupaten Pematang	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	37
Tabel 4.1 Data jumlah UMKM di Kabupaten Pematang	57
Tabel 4.2 Jumlah UMKM dirinci menurut Jenis dan Kecamatan Tahun 2017	58
Tabel 4.3 Kategori Responden Berdasarkan Bidang Usaha	60
Tabel 4.4 Jenis Modul ERP yang Digunakan Responden	61
Tabel 4.5 Kategori Responden Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha	62
Tabel 4.6 Kategori Responden Berdasarkan Wilayah Pendirian Usaha	63
Tabel 4.7 Jawaban Kualitatif Responden Terhadap Variabel Saluran Distribusi	64
Tabel 4.8 Jawaban Kualitatif Responden Terhadap Variabel Implementasi ERP	65
Tabel 4.9 Jawaban Kualitatif Responden Terhadap Orientasi Kewirausahaan	66
Tabel 4.10 Jawaban Kualitatif Responden Terhadap Variabel Keunggulan Bersaing	66
Tabel 4.11 Jawaban Kualitatif Responden Terhadap Kinerja Pemasaran	68
Tabel 4.12 Hasil Indeks Pengujian CFA model 1 (Eksogen)	70
Tabel 4.13 <i>Confirmatory Factor Analisis</i> Konstruk Variabel Eksogen	71
Tabel 4.14 Hasil Indeks Pengujian CFA model 2 (Endogen)	72
Tabel 4.15 <i>Confirmatory Factor Analisis</i> Konstruk Variabel Endogen	73
Tabel 4.16 Uji Normalitas Data	74
Tabel 4.17 Identifikasi outlier univariate	76
Tabel 4.18 Mahalanobis distance	77
Tabel 4.19 Nilai Standardized residual covariance	80
Tabel 4.20 <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extract</i>	81
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Kelayakan Model <i>Structural Equation Model (SEM)</i>	82
Tabel 4.22 <i>Regression Weight Structural Equation</i>	85

Tabel 5.1 Implikasi Manajerial.....	89
-------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	34
Gambar 3.1 Rentang Skala Likert.....	45
Gambar 4.1 Hasil confirmatory factor analysis (CFA) model 1.....	69
Gambar 4.2 Hasil confirmatory factor analysis konstruk variabel Indogen.....	72
Gambar 4.3 Hasil Pengujian <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	84

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN-A KUESIONER PENELITIAN.....	109
LAMPIRAN B TABULASI DATA MENTAH.....	116
LAMPIRAN C HASIL OLAH DATA.....	121

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang penting bagi perekonomian nasional, peranan UMKM di dalam perekonomian Indonesia setidaknya dapat dilihat melalui 5 poin menurut Kementerian Koperasi dan UMKM (2014) yaitu :

1. Kedudukan dari UMKM yang bertindak sebagai pemeran utama di dalam kegiatan perekonomian dalam berbagai sektor.
2. UMKM merupakan faktor yang menyediakan lapangan kerja terbesar.
3. Pemeran penting di dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat.
4. Sebagai pencipta sebuah pasar yang baru dan sebagai sumber dari inovasi.
5. Peranan UMKM dalam peranan menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor.

UMKM atau usaha mikro kecil dan menengah diatur dalam UU No.20 Tahun 2008 yang didalamnya berisi tentang

1. Usaha Mikro merupakan usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh prorangan/individu atau badan usaha milik perorangan yang memiliki harta

paling tinggi senilai Rp50.000.000 dan memiliki hasil penjualan tiap tahun paling tinggi Rp300.000.000.

2. Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif atau badan usaha yang dijalankan oleh orang perorangan dan berdiri sendiri, dan bukan badan usaha cabang atau anak perusahaan, yang memiliki harta lebih dari Rp50.000.000 dan paling tinggi sampai dengan Rp500.000.000 dengan hasil penjualan pertahun Rp300.000.000 sampai dengan Rp2.500.000.000.
3. Usaha Menengah merupakan usaha ekonomi produktif ayau badan usaha yang dijalankan oleh orang perorangan atau individu yang berdiri sendiri dan bukan merupakan badan usaha cabang atau anak perusahaan, yang mempunyai harta kekayaan bersih Rp500.000.000 sampai dengan Rp10.000.000.000 dan memiliki nilai penjualan tiap tahun Rp2.500.000.000 sampai dengan Rp50.000.000.000.

Pertumbuhan UMKM di Kabupaten Pemalang mengalami peningkatan secara signifikan pada setiap tahunnya. Dalam kurun waktu 5 tahun UMKM di Kabupaten Pemalang mengalami peningkatan sebanyak 2673 unit usaha, kenaikan jumlah UMKM pada tiap tahun mengalami kenaikan 5% sampai dengan 6,19%. UMKM di Kabupaten Pemalang pada tahun 2013 berjumlah 10.778, dan pada tahun 2017 mencapai 13.451 unit usaha.

Peningkatan UMKM di Kabupaten Pemalang dapat dilihat dalam Tabel 1.1 yang menunjukkan peningkatan jumlah UMKM dalam kurun waktu 2013 sampai dengan 2017.

Tabel 1.1

Data Jumlah UMKM di Kabupaten Pemalang

Tahun	Jumlah
2013	10.778
2014	11.316
2015	11.959
2016	12.667
2017	13.451

Sumber : Diskoperindag Kabupaten Pemalang

Meningkatnya jumlah UMKM pada setiap tahunnya menyebabkan persaingan semakin tinggi dan perebutan pasar menjadi semakin ketat. Inti dari keberhasilan adalah persaingan, agar perusahaan dapat memenangkan sebuah persaingan maka perusahaan tersebut harus memiliki sebuah strategi untuk bersaing. Sehingga pelaku UMKM perlu mengatur strategi bagaimana cara untuk meningkatkan keunggulan bersaing dan mempertahankan pasar agar penjualan produk dari UMKM tersebut semakin meningkat.

Besarnya tingkat persaingan dari sebuah usaha dapat diamati melalui sebuah perkembangan usaha dan banyaknya usaha sejenis yang bergerak dalam bidang yang sama, serta penawaran produk dan jasa yang sejenis. Dalam kondisi tersebut mengakibatkan manajemen perusahaan terus melakukan usaha untuk melakukan perbaikan terhadap perusahaan untuk terus mempertahankan dan memajukan usahanya diantara pesaing. Keunggulan bersaing diperoleh ketika sebuah organisasi mengembangkan atau memperoleh serangkaian atribut (atau

mengeksekusi tindakan) yang memungkinkannya untuk mengungguli pesaingnya (Wang, Lin dan Chu, 2011). Keunggulan bersaing dengan demikian mengacu pada kondisi di mana produk atau jasa perusahaan dianggap lebih baik daripada produk pesaingnya. Jenis keunggulan bersaing yang paling umum adalah karena produk atau jasa memiliki harga rendah atau berbeda dari pesaing (Dash, 2013).

Apabila perusahaan memiliki keunggulan bersaing maka penjualan produk dari perusahaan akan meningkat. Penciptaan keunggulan bersaing dilakukan dengan cara pengelolaan modal sumber daya perusahaan seperti pengelolaan bahan baku ataupun sumber daya manusia dalam perusahaan. Apabila perusahaan telah mempunyai suatu keunggulan bersaing akan memudahkan dalam pemasaran produk karena konsumen telah tertarik pada produk tersebut. Maka dari itu, semakin tinggi keunggulan bersaing perusahaan maka kinerja pemasaran perusahaan menjadi baik. Hal itu didukung penelitian yang dilakukan oleh Djodjoko dan Tawas (2014) yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Penelitian tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Hajar dan Sukaatmadja (2016) yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Menurut Szopa dan Pėkała (2012) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa saluran distribusi merupakan kelompok yang bergantung pada masing-masing unit organisasi lain, yang mengambil bagian dalam proses aliran produk atau layanan dari produsen ke pembeli. Didalam kegiatan pemasaran ada hal yang sangat penting yaitu bagaimana menentukan dan memilih saluran pendistribusian produk

untuk mencapai suatu keberhasilan, apabila pemilihan saluran distribusi kurang atau tidak tepat maka hal tersebut dapat menyebabkan terlambat dan tidak efisiennya suatu usaha pendistribusian produk ke konsumen (Salindeho, 2014). Apabila terdapat saluran distribusi yang bagus maka dapat memprluas jangkauan pemasaran, sehingga jumlah pelanggan akan meningkat dan dengan adanya saluran distribusi yang bagus dapat memberikan pendistribusian produk lebih efektif dan efisien (Nurseto, 2016).

Pengetahuan dari distributor mengenai kebutuhan dari penjual dapat mempengaruhi suatu pertumbuhan pengsa pasar, yang dilakukan melalui pembentukan suatu ikatan yang kuat dengan konsumen sehingga dapat meningkatkan suatu keseimbangan kinerja pemasaran produk ke tangan konsumen. Maka dari itu, salah satu penentu kinerja pemasaran adalah saluran distribusi, apabila keefektifan saluran distribusi tinggi berdampak pada peningkatan kinerja pemasaran (Nasution, 2014). Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nurseto (2016) yang menyatakan bahwa saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Pemilik dari UMKM hendaknya memiliki suatu orientasi kewirausahaan dalam membangun sebuah usaha, pelaku usaha tersebut harus memiliki sikap sebagai seorang wirausaha. Wirausaha merupakan individu yang membuat sebuah usaha atau bisnis yang secara langsung menghadapi sebuah risiko dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dan mengalami suatu pertumbuhan bisnis dengan cara mengidentifikasi sebuah peluang dan memanfaatkan sumber daya yang ada dan diperlukan (Fatmawati, 2016). Seorang wirausaha harus memiliki jiwa

kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan, hal tersebut bertujuan agar perusahaan mampu bersaing di dalam persaingan pasar yang semakin ketat.

Kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dari individu berupa kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan landasan, serta sumber daya yang bertujuan untuk mencari sebuah peluang yang digunakan untuk meraih kesuksesan. Pelaku dari wirausaha disebut juga dengan wirausahawan, suatu bentuk pengaplikasian sikap kewirausahaan dengan indikasi dari orientasi kewirausahaan adalah kemampuan untuk berinovasi, sikap proaktif, dan keberanian untuk mengambil risiko. Kemampuan berinovasi mempunyai hubungan dengan suatu sudut pandang dan kegiatan terhadap bisnis yang unik dan baru, dan kemampuan inovasi juga merupakan dasar dari karakteristik kewirausahaan (Wirawan, 2017). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fatmawati (2016) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Penelitian tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Syukron (2016) yang menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Tetapi hal tersebut berbanding terbalik dalam penelitian yang dilakukan oleh Djodjobo dan Tawas (2014) yang menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Pada saat ini teknologi semakin mengalami perkembangan, dan perkembangan penggunaan teknologi juga merambah ke sektor bisnis, sehingga persaingan bisnis semakin ketat dalam perebutan pasar dan konsumen. Perkembangan teknologi dan persaingan dalam bisnis tersebut memaksa pelaku

UMKM untuk dapat berpikir inovatif agar dapat mempertahankan eksistensi dari usahanya. UMKM harus bisa memenuhi permintaan dari masyarakat yang cenderung membutuhkan kecepatan pelayanan terhadap apa yang telah menjadi kebutuhan dari masyarakat. Salah satu cara untuk dapat mewujudkan kecepatan didalam pelayanan adalah dengan cara saling menyatukan sistem informasi dari perusahaan, dengan tujuan agar lebih efisien dan efektif maka akan dapat meningkatkan kemampuan bersaing perusahaan sehingga perusahaan tetap eksis yaitu dengan menggunakan suatu sistem informasi yaitu *Enterprise Resource Planning* (ERP) (Sa'diyah, 2015).

Sistem informasi yang dapat membantu suatu perusahaan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari kinerja suatu perusahaan adalah *Enterprise Resource Planning* (ERP) yang merupakan sebuah sistem informasi yang bertujuan untuk mengintegrasikan suatu informasi yang tersedia didalam sebuah perusahaan dari berbagai sumberdaya perusahaan yang ada. ERP adalah suatu sistem yang dirancang untuk mengintegrasikan seluruh kegiatan eksternal dan kegiatan internal perusahaan yang memungkinkan digunakan untuk mengakses data secara *real time* (Utami dan Susilo, Heru, 2016). Sistem dari ERP adalah *software* yang terintegrasi yang mencakup seluruh aspek perusahaan seperti aspek produksi, penjualan, keuangan, akuntansi, sumber daya manusia dan termasuk mengelola semua sumber daya bisnis yang relevan (Lečić dan Kupusinac, 2013).

Enterprise Resource Planning (ERP) merupakan alat strategis yang menyinkronkan, mengintegrasikan, dan merampingkan data dan proses organisasi

ke dalam satu sistem tunggal untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dalam lingkungan bisnis yang tidak pasti (Madanhire dan Mbohwa, 2016). Penerapan sistem informasi ERP dikaitkan dengan kemampuan menawarkan suatu produk dan layanan yang inovatif untuk menggunakan sumber daya perusahaan secara efektif, untuk meningkatkan hambatan masuk bagi kompetitor baru dan untuk meningkatkan daya tawar dengan pemasok dan pelanggan. Penerapan sistem ERP mencerminkan strategi keunggulan bersaing pada perusahaan manufaktur di Indonesia. Kinerja optimal hanya dapat dicapai ketika perusahaan mampu membangun sebuah keunggulan bersaing (Hidayat & Akhmad, 2016).

Dari penelitian yang telah dilakukan oleh Hidayat & Akhmad (2016) menyatakan bahwa penggunaan ERP berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada perusahaan manufaktur di Indonesia. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Mudiantono (2013) yang menyatakan bahwa keberhasilan dalam penggunaan ERP dapat meningkatkan keunggulan bersaing.

1.2. Rumusan Masalah

Dalam kurun waktu 5 tahun UMKM di Kabupaten Pematang mengalami peningkatan sebanyak 2673, kenaikan jumlah UMKM pada tiap tahun mengalami kenaikan sampai 5% sampai dengan 6,19%. Dengan pertumbuhan jumlah UMKM di Kabupaten Pematang yang signifikan dalam kurun waktu lima tahun, menyebabkan persaingan dan perebutan pasar semakin ketat sehingga pelaku UMKM harus menerapkan strategi bersaing untuk meningkatkan keunggulan

bersaing agar perusahaan dapat unggul dari pesaing dan mempertahankan pasar serta meningkatkan kinerja pemasaran dari UMKM.

Berdasarkan data dan latar belakang masalah dalam penelitian ini, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan, yaitu bagaimana cara dalam meningkatkan kinerja pemasaran pada UMKM di Kabupaten Pemalang.

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, maka beberapa pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah saluran distribusi berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing UMKM di Kabupaten Pemalang?
2. Apakah saluran distribusi berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran UMKM di Kabupaten Pemalang?
3. Apakah penggunaan ERP berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing UMKM di Kabupaten Pemalang?
4. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing UMKM di Kabupaten Pemalang?
5. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran UMKM di Kabupaten Pemalang?
6. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran UMKM di Kabupaten Pemalang?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah di paparkan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh saluran distribusi terhadap keunggulan bersaing pada UMKM di Kabupaten Pemalang.
2. Mengetahui pengaruh saluran distribusi terhadap kinerja pemasaran pada UMKM di Kabupaten Pemalang.
3. Mengetahui pengaruh implementasi ERP terhadap keunggulan bersaing pada UMKM di Kabupaten Pemalang.
4. Mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM di Kabupaten Pemalang.
5. Mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM di Kabupaten Pemalang.
6. Mengetahui pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran pada UMKM di Kabupaten Pemalang.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pembaca seperti :

1. Kegunaan teoritis
Berguna sebagai suatu bahan pemberi informasi dan bahan pengayaan ilmu pengetahuan, terutama dalam bidang Manajemen Pemasaran.
2. Kegunaan praktisi

Sebagai sumber panduan dan rekomendasi terhadap pelaku usaha yang menjalankan usahanya.

3. Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk membantu penelitian-penelitian yang akan dilakukan di masa yang akan datang yang berkaitan dengan pengaruh saluran distribusi, penggunaan ERP, orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran.

4. Pelaku usaha (UMKM)

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan dimanfaatkan oleh pelaku UMKM di bidang produksi maupun bidang jasa sebagai salah satu strategi untuk melakukan kegiatan pemasaran sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing dan volume penjualan melalui saluran distribusi, penggunaan ERP dan orientasi kewirausahaan.

1.4. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab satu membahas dan menjelaskan tentang bagian latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta penulisan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab dua membahas tentang teori-teori dasar yang berkaitan dengan penelitian ini, hasil serta simpulan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian, kerangka penelitian dan hipotesis penelitian yang digunakan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab tiga menjelaskan metode penelitian yang digunakan dan definisi operasional variabel, penentuan jumlah populasi dan sampel, jenis dan sumber data serta metode yang digunakan dalam pengumpulan data dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab empat menjelaskan tentang objek penelitian, hasil analisis data serta pembahasan dari analisis data secara keseluruhan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab lima membahas tentang kesimpulan yang didapatkan berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan, keterbatasan dari penelitian, serta saran bagi perusahaan atau UMKM, konsumen, masyarakat umum dan bagi penelitian yang akan dilaksanakan pada masa yang akan datang.