

**ANALISIS PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN  
DENGAN KEUNGGULAN BERSAING, INOVASI DAN  
KAPABILITAS PEMASARAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING TERHADAP KINERJA PEMASARAN  
(Studi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Semarang)**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh :

**DAVID KURNIAWAN**

**NIM.12010114130151**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2019**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : David Kurniawan

Nomor Induk Mahasiswa : 12010114130151

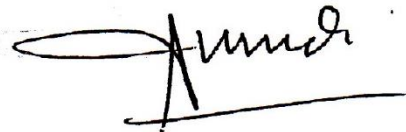
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DENGAN KEUNGGULAN BERSAING, INOVASI DAN KAPABILITAS PEMASARAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP KINERJA PEMASARAN (STUDI PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KOTA SEMARANG)**

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

Semarang, 12 Maret 2019

Dosen Pembimbing



Drs. H. Mudiantono, M.Sc

NIP. 195512291982031003

## PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : David Kurniawan

Nimir Induk Mahasiswa : 12010114130151

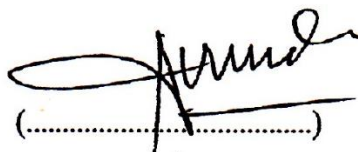
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DENGAN KEUNGGULAN BERSAING, INOVASI DAN KAPABILITAS PEMASARAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP KINERJA PEMASARAN (STUDI PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KOTA SEMARANG)**

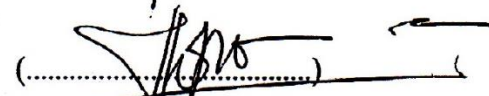
**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 28 Maret 2019**

Dosen Penguji

1. Drs. H. Mudiantono, M.Sc

  
(.....)

2. Drs. Suryono Budi Santoso, M.M.

  
(.....)

3. DR I Made Bayu Dirgantara, SE., MM

  
(.....)

## PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya David kurniawan menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: “Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dengan Keunggulan Bersaing, Inovasi dan Kapabilitas Pemasaran sebagai Variabel Intervening terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Semarang)” 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, 11 Maret 2019



David Kurniawan

NIM.12010114130151

## **MOTO DAN PERSEMBAHAN**

*“Let us not look back in anger, nor forward in fear, but around in awareness.”*

(James Thurber)

*Skripsi ini saya persembahkan kepada  
**Bapak, Ibu dan Adik** saya untuk segala doa,  
semangat, serta dukungan yang selalu mengiringi penulis hingga  
akhirnya penulis dapat menyelesaikan karya tulisan ini*

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to analyze analyze the effect of entrepreneurial orientation on marketing performance with competitive advantage, innovation and marketing capabilities as intervening variables. The population in this study were Micro, Small and Medium Enterprises owners, where respondents were owners of Micro, Small and Medium Enterprises in the city of Semarang. The number of samples used was 128 respondents. The method of data collection is done through a questionnaire method. This study uses Structural Equation Modeling (SEM) analysis techniques using the AMOS 24 analysis tool.*

*The results of this study indicate that the entrepreneurship orientation has a positive and significant effect on competitive advantage, entrepreneurship orientation has a positive and significant effect on innovation, the entrepreneurship orientation has a positive and significant effect on marketing capability, competitive advantage has a positive and significant influence on marketing performance, innovation has a positive and significant effect on marketing performance, marketing capability has a positive and significant effect on marketing performance.*

*Keywords: Entrepreneurship Orientation, Competitive Advantage, Innovation, Marketing Capability, Marketing Performance.*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran dengan keunggulan bersaing, inovasi dan kapabilitas pemasaran sebagai *variable intervening*. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik usaha mikro kecil dan menengah, dimana responden merupakan pemilik usaha mikro kecil dan menengah di Kota Semarang. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 122 responden. Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan melalui metode kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan menggunakan alat analisis AMOS 24.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas pemasaran, keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, kapabilitas pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Kata kunci: Orientasi Kewirausahaan, Keunggulan Bersaing, Inovasi, Kapabilitas Pemasaran, Kinerja Pemasaran.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dengan Keunggulan Bersaing, Inovasi dan Kapabilitas Pemasaran sebagai Variabel Intervening terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Semarang)”.

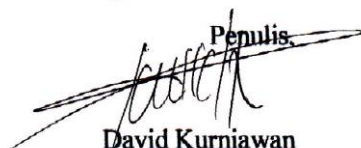
Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Penulisan skripsi dapat diselesaikan atas bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima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

1. Allah SWT yang telah memberikan berkah kesehatan, kelancaran, kesabaran, dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi.
2. Bapak Triyoso dan Ibu Mukilah selaku kedua orang tua yang selalu memberikan doa dan dukungan moral maupun finansial agar dilancarkan dan dikuatkan dalam menyelesaikan studi.
3. Yuni Pangestuti selaku saudara kandung yang senantiasa memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi.
4. Drs. H. Mudiantono, M.sc. selaku Dosen Pembimbing yang membimbing dengan sabar serta mendukung seluruh kelancaran dalam pembuatan skripsi ini sehingga terselesaikan.
5. Idris, SE., M.Si selaku Dosen Wali penulis yang senantiasa memberikan arahan dalam menempuh studi.
6. Dr. Harjum Muharram, SE., M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
7. Dr. Suharnomo, M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

8. Seluruh dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama studi.
9. Teman satu kos Sun Family (Mas Gabas, Mas Bagus, Mas Arsyad, Mas Bayu, Bacil, Bakhul, Hasyim, Bery, Edmund, Teguh, Ali, Danang, Mhan, Anom).
10. Teman-teman KKN Desa Kauman (Arifa, Dani, Dyantri, Fathan, Lintang, Mas Ardi, Muslim, Mutiara) yang senantiasa memberikan dukungan semangat dan doa pada penulis.
11. Sahabat Bestcame yang memberikan dukungan semangat dan doa sejak dulu kala.
12. Teman satu bimbingan Bapak Mudiantono yang memberikan semangat dan pencerahan disaat berjuang bersama dalam proses menyelesaikan skripsi yaitu : Danang, Randy, Iqbal, Ivan, Ester dan Indi.
13. Pihak – pihak yang mendoakan, mendukung 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, 11 Maret 2019

Penulis  
  
David Kurniawan

NIM. 12010114130151

## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	12
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	12
1.3.2. Kegunaan Penelitian .....	13
1.4. Sistematika Penulisan .....	14
BAB II.....	16
TELAAH PUSTAKA .....	16
2.1. Landasan Teori.....	16
2.1.1. Kinerja Pemasaran.....	16
2.1.2. Orientasi Kewirausahaan .....	17
2.1.3. Keunggulan bersaing .....	19
2.1.4. Inovasi.....	21
2.1.5. Kapabilitas Pemasaran.....	23
2.2. Penguat Hubungan Antar Variabel .....	24
2.2.1. Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing .....	24
2.2.2. Pengaruh Orientasi kewirausahaan terhadap Inovasi .....	25

2.2.3. Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kapabilitas pemasaran ...	27
2.2.4. Pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran .....	28
2.2.5. Pengaruh Inovasi terhadap kinerja pemasaran .....	29
2.2.6. Pengaruh kapabilitas pemasaran terhadap kinerja pemasaran .....	31
2.3. Penelitian Terdahulu.....	32
2.4. Kerangka Pemikiran .....	36
2.5 . Hipotesis.....	37
BAB III.....	38
METODE PENELITIAN .....	38
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	38
3.1.1. Variabel Penelitian.....	38
3.1.2. Definisi Operasional Variabel .....	39
3.2. Populasi dan Sampel .....	42
3.2.1. Populasi.....	42
3.2.2. Sampel .....	42
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	44
3.3.1. Data Primer .....	45
3.3.2. Data Sekunder .....	45
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	46
3.4.1 Kuesioner .....	46
3.5. Metode Analisis.....	47
3.5.1 Analisis Kuantitatif.....	47
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 .....	59
4.2. Analisis Data.....	62
4.2.1. Deskripsi Variabel Penelitian.....	62
4.3. Interpretasi Hasil .....	67
4.3.1. Analisis Faktor Konfirmatori ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> ) .....	67

4.3.2. Analisis Full Model SEM .....	78
4.3.2.1. Asumsi SEM.....	79
BAB V.....	88
PENUTUP .....	88
5.1. Kesimpulan .....	88
5.2. Implikasi Manajerial.....	89
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	92
5.4. Saran untuk Penelitian Mendatang.....	93
DAFTAR PUSTAKA .....	94
LAMPIRAN .....	98

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Jumlah Angkatan Kerja di Jawa Tengah .....	4
Tabel 1.2. Data Jumlah Omset dan Omset rata - rata UMKM Provinsi Jawa Tengah.....	6
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 4.1. Data Jumlah UMKM di Kota Semarang .....	58
Tabel 4.2. Data Persebaran UMKM di Kota Semarang.....	59
Tabel 4.3. Kategori Responden Berdasarkan Jenis Bidang Usaha.....	60
Tabel 4.4. Kategori Responden Berdasarkan Wilayah Pendirian Usaha.....	61
Tabel 4.5. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Orientasi Kewirausahaan.....	63
Tabel 4.6. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keunggulan Bersaing.....	64
Tabel 4.7. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Inovasi.....	65
Tabel 4.8. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kapabilitas Pemasaran.....	66
Tabel 4.9. Hasil Tanggapan Responden terhadap Kinerja Pemasaran.....	67
Tabel 4.10. Analisis Konfirmatori Orientasi Kewirausahaan .....	69
Tabel 4.11. Analisis Konfirmatori Keunggulan Bersaing.....	70
Tabel 4.12. Analisis Konfirmatori Inovasi.....	72
Tabel 4.13. Analisis Konfirmatori Kapabilitas Pemasaran .....	73
Tabel 4.14. Analisis Konfirmatori Kinerja Pemasaran .....	75
Tabel 4.15. Analisis Konfirmatori Konstruksi Endogen .....	77
Tabel 4.16. Analisis Konfirmatori Konstruksi Endogen .....	78
Tabel 4.17. Uji Normalitas Data.....	80
Tabel 4.18. Mahalanobis Distance.....	81
Tabel 4.19. <i>Standardized Residual Covariance Matrices</i> .....	82

Tabel 4.20. Analisis Konfirmatori Full Model SEM .....	84
Tabel 4.21. <i>Regression Weight Structural Equational</i> .....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Jumlah UMKM di Provinsi Jawa Tengah.....	5
Gambar 1.2. Data Persentase Jumlah Pengajuan Ijin Usaha Mikro Kecil di Provinsi Jawa Tengah .....	8
Gambar 2.1. Kerangka pemikiran teoritis .....	36
Gambar 3.1. Rentangan Skala Likert .....	46
Gambar 4.1. Analisis Konfirmatori Orientasi Kewirausahaan.....	68
Gambar 4.2. Analisis Konfirmatori Keunggulan Bersaing .....	70
Gambar 4.3. Analisis Konfirmatori Inovasi .....	71
Gambar 4.4. Analisis Konfirmatori Kapabilitas Pemasaran .....	73
Gambar 4.5. Analisis Konfirmatori Kinerja Pemasaran .....	74
Gambar 4.6. Analisis Konfirmatori Konstruk Endogen .....	76
Gambar 4.7. Analisis Konfirmatori Full Model SEM .....	83

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN A : KUESIONER

LAMPIRAN B : TABULASI DATA

LAMPIRAN C : HASIL ANALISIS DATA

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan Usaha Mikro kecil Menengah memiliki peranan penting dalam usaha pemerintah dalam mengurangi jumlah pengangguran. UMKM dapat menjadi penggerak perekonomian dengan membuka lapangan pekerjaan baru bagi tenaga kerja kreatif baik di tingkat daerah sampai tingkat nasional. Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah juga dapat dikatakan mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun dilihat dari jumlahnya yang semakin meningkat.

Pengertian UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) menurut UU No.20 tahun 2008 tentang UMKM, Usaha mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagai mana yang diatur dalam undang – undang ini yaitu harus memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (Lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memperoleh hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Dan usaha kecil didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang ini yaitu, memiliki kekayaan bersih lebih dari

Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Sedangkan definisi dari usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagai diatur dalam Undang-Undang ini yaitu, memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Namun beberapa lembaga pemerintah seperti Badan Pusat Statistik (BPS) dan Departemen Perindustrian mendefinisikan kriteria skala usaha dari UMKM dengan menggunakan banyaknya pekerja sebagai ukuran. Berdasarkan pengertian dari BPS, Usaha Mikro Indonesia adalah unit usaha yang memiliki pekerja tetap sampai dengan 4 orang sedangkan jumlah pekerja dari Usaha Kecil adalah antara 5 sampai 19 pekerja dan untuk kriteria Usaha Menengah yaitu memiliki pekerja sebanyak 20 sampai 99 orang. Unit usaha dengan jumlah pekerja lebih dari 99 orang masuk dalam kategori Usaha Besar.

Pertumbuhan UMKM sangat berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi daerah dengan perannya dalam pengurangan jumlah pengangguran. Pertumbuhan UMKM juga terjadi di Provinsi Jawa Tengah, jumlah UMKM di Jawa Tengah terus mengalami peningkatan. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Dinas Koperasi UKM Jawa Tengah penambahan jumlah unit UMKM mengalami kenaikan disetiap tahunnya. Kita juga dapat melihat data yang ada pada gambar 1.1, dimana data menunjukkan adanya peningkatan jumlah UMKM di Jawa Tengah yang mengalami kenaikan tercatat sampai triwulan IV tahun 2017. Pertambahan jumlah UMKM ini terhitung dari tahun 2013, dimana pada tahun tersebut jumlah UMKM di Jawa Tengah berjumlah 90.339 dan terus terjadi peningkatan dari tahun ke tahun hingga jumlahnya menjadi 133.679 di triwulan IV 2017 yang berarti bahwa pertumbuhan UMKM di Jawa Tengah mengalami peningkatan, dalam 5 tahun terakhir bertambah sebesar 69.385 unit.

Dari data yang ada pada gambar 1.1 juga memperlihatkan terjadinya peningkatan jumlah UMKM yang berdampak terhadap peningkatan jumlah penyerapan tenaga kerja UMKM dan tentunya hal ini secara langsung berpengaruh terhadap berkurangnya jumlah pengangguran yang ada di Jawa Tengah. Berdasarkan data tersebut, penyerapan tenaga kerja UMKM di Jawa Tengah mengalami kenaikan dari tahun 2013 hingga triwulan IV 2017 dimana jumlah penyerapan tenaga kerja pada tahun 2013 yaitu sebesar 480.508 dan terus meningkat setiap tahunnya menjadi 918.455 di triwulan IV 2017 atau terjadi peningkatan jumlah penyerapan tenaga kerja sebesar 437.947 orang. UMKM memang memiliki peran cukup penting dalam mengurangi jumlah pengangguran

dengan adanya peningkatan penyerapan tenaga kerja. Jika dianalisis UMKM tahun 2017 menyerap tenaga kerja hingga 5.34 % dari jumlah tenaga kerja yang ada di Jawa Tengah yang pada tahun 2017 terdata sebanyak 17.186.674 pekerja. Angka tersebut diambil dari data BPS Provinsi Jawa Tengah di tahun 2017. Berikut merupakan data jumlah tenaga kerja yang ada di Jawa Tengah.

**Tabel 1.1**  
**Data Jumlah Angkatan Kerja di Provinsi Jawa Tengah**  
**Tahun 2017**

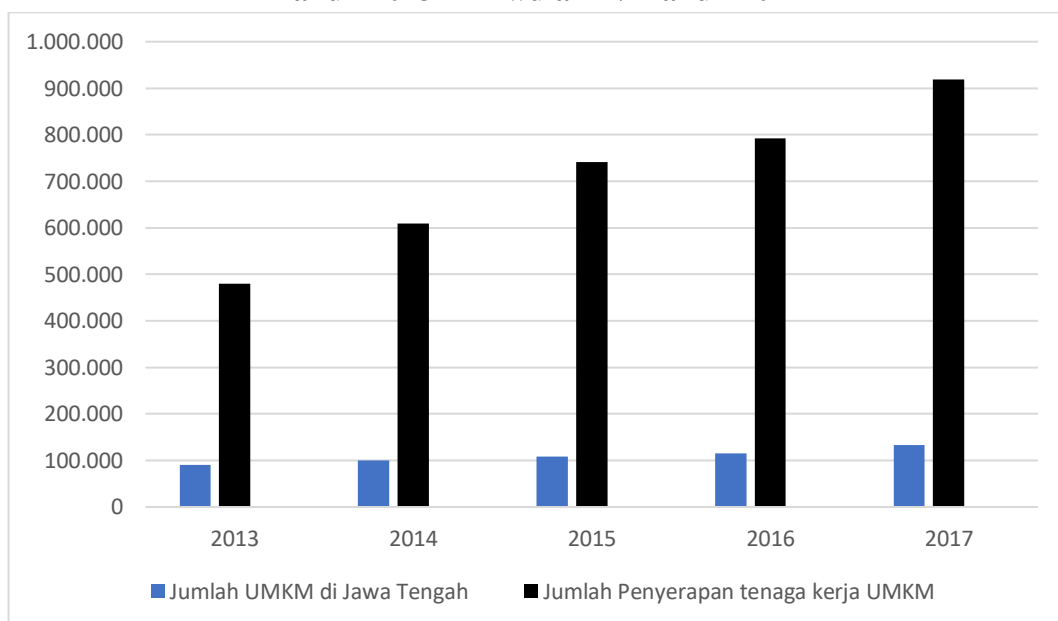
Keterangan	Jumlah
Bekerja	17186674
Pengangguran terbuka	823938
Total Angkatan Kerja	180010612

Sumber : Data diolah dari BPS Provinsi Jawa Tengah tahun 2017

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa UMKM memiliki peran yang penting terhadap pengurangan jumlah pengangguran yang ada di Jawa Tengah. UMKM merupakan bentuk usaha yang tidak menuntut seseorang untuk memiliki keahlian khusus seperti keterampilan kerja ataupun pendidikan yang tinggi untuk mengoperasikan atau menjalankannya, selain itu agar dapat berjalan sebuah UMKM tidaklah membutuhkan modal kerja yang besar (Dani, 2013). Oleh sebab itu wajar apabila sektor UMKM dapat memberikan peranan penting dalam penyerapan tenaga kerja sehingga UMKM dapat mengurangi pengangguran karena angkatan kerja yang ada dapat dengan mudah untuk menjadi pelaku UMKM. Hal ini tentunya menjadikan UMKM sebagai sektor usaha yang harus diperhatikan

karena memiliki potensi ikut membantu dalam usaha mengurangi jumlah pengangguran di Jawa Tengah. Berikut merupakan data pertumbuhan jumlah UMKM yang diikuti dengan kenaikan jumlah penyerapan tenaga kerja UMKM di Jawa Tengah setiap tahunnya.

**Gambar 1.1**  
**Grafik Jumlah UMKM di Provinsi Jawa tengah**  
**Tahun 2013 - Triwulan IV Tahun 2017**



Sumber : Data diolah dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Tengah (2017).

Peningkatan jumlah UMKM dan penyerapan jumlah tenaga kerja ini juga berbanding lurus pada jumlah penjualan yang dihasilkan oleh UMKM di Jawa Tengah dari tahun 2013 hingga Triwulan IV tahun 2017. Jumlah omzet UMKM Jawa Tengah pada tahun 2013 mencapai 20.345 Milyar dan terus meningkat hingga Triwulan IV 2017 menjadi sebesar 49.247 milyar. Meningkat sebesar 28.902 milyar terhitung dari jumlah penjualan di Tahun 2013.

Peningkatan - peningkatan tersebut terlihat berdasarkan data yang di keluarkan oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Provinsi Jawa Tengah yang digambarkan dalam tabel berikut dimana pada tabel juga menunjukkan data jumlah penjualan rata-rata UMKM yang ada di Provinsi Jawa Tengah setiap tahunnya.

**Tabel 1.2**  
**Data Jumlah Omzet dan Omzet Rata - rata per unit UMKM**  
**di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2013 hingga Triwulan IV Tahun 2017**

Tahun	Jumlah Omzet UMKM (Dalam Milyar Rupiah)	Omzet Rata - rata per unit UMKM (Dalam Milyar Rupiah)
2013	20.345	0.225
2014	24.587	0.246
2015	29.113	0.267
2016	43.570	0.376
2017	49.247	0.368

Sumber : Data diolah dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Provinsi Jawa Tengah (2017).

Kenaikan penjualan yang dihasilkan oleh UMKM yang ada di Provinsi Jawa Tengah setiap tahunnya dapat menjadi sebuah gambaran atau salah satu indikator bahwa kinerja dari UMKM tersebut sudah berjalan cukup baik. Hal ini berdasarkan pada pernyataan Voss dan Voss (2000), yang berpendapat mengenai kinerja pemasaran sebuah usaha kecil dapat dikatakan baik jika salah satunya di tandai dengan adanya kenaikan omzet.

Namun apabila dilakukan analisis maka rata-rata penjualan per UMKM di Provinsi Jawa Tengah mengalami penurunan pada tahun 2017 sebesar 0.008 Milyar Rupiah dari tahun sebelumnya. Angka tersebut dihitung dengan membagi penjualan

UMKM pertahun dengan jumlah UMKM yang ada di Provinsi Jawa Tengah, maka akan dapat diketahui jumlah penjualan rata-rata UMKM setiap tahunnya. Hal tersebut tentunya juga dapat menjadi sebuah pertanda bahwa ternyata kinerja pemasaran dari UMKM yang ada di Jawa Tengah kurang mampu untuk bersaing seiring terus bertambahnya jumlah UMKM yang ada.

Penurunan penjualan rata-rata per UMKM yang dijelaskan di atas tentunya disebabkan oleh semakin meningkatnya jumlah unit UMKM dari tahun ke tahun sehingga mengakibatkan tingginya persaingan antar pelaku. Mengapa hal tersebut bisa terjadi dan apa saja faktor-faktor yang diduga mempengaruhi kinerja pemasaran pada UMKM tersebut.

Semarang merupakan ibu kota Jawa Tengah dimana juga merupakan salah satu kota yang memiliki jumlah UMKM tertinggi. UMKM di Kota Semarang juga dinilai memiliki potensi pertumbuhan yang baik hal ini dapat dilihat dari data jumlah pengajuan ijin usaha mikro kecil yang ada di Jawa Tengah, Kota Semarang menempati urutan kedua dengan persentasi pengajuan ijin usaha mikro kecil sebesar 12% jumlah tersebut hanya lebih rendah dari Kabupaten Kebumen yang memiliki persentase sebesar 14% dari total jumlah pengajuan ijin usaha mikro kecil yang ada di Jawa Tengah . Hal tersebut dapat dilihat pada data berikut ini :



Menurut Eryanafita (2008), kinerja pemasaran merupakan elemen penting dari kinerja perusahaan secara umum, karena hasil dari kinerja keseluruhan suatu perusahaan dapat dilihat dari kinerja pemasarannya selama ini. Tidak dipungkiri juga bahwa persaingan usaha yang semakin hari semakin sulit mengharuskan sebuah usaha untuk dapat lebih maksimal dalam meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan. Perusahaan dituntut untuk dapat berusaha mengikuti perkembangan yang ada di pasar serta mengerti apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh konsumen. Oleh sebab itu, perlu di ketahui apa yang menjadi faktor keberhasilan dari sebuah kinerja pemasaran.

Supranoto (2009) dalam jurnalnya menyatakan bahwa salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kinerja pemasaran UMKM adalah orientasi kewirausahaan. Sikap orientasi kewirausahaan merupakan sebuah landasan dan kemampuan guna melihat adanya peluang yang mengarah menuju keberhasilan kinerja melalui kemampuan kreatif dan inovatif. Menurut sejumlah pustaka acuan ilmu manajemen yang ada, ada 3 dasar dimensi - dimensi dari gaya organisasional bagi manajemen kewirausahaan yaitu inovatif, sifat proaktif dan kemampuan mengambil risiko (weerawardena, 2003). Suatu bisnis yang dapat memenuhi 3 indikator tersebut akan dapat bersaing di dalam berbagai macam kondisi pasar karena perusahaan cenderung akan mampu untuk mengolah berbagai sumber daya yang ada (Wiklund dan Shepherd, 2003).

Berdasarkan penelitian dari Nita Budhi (2011) menjelaskan adanya pengaruh positif dari orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM dan pengaruh tersebut tergolong signifikan. Namun, penelitian yang dilakukan Kuncoro

(2007) membuktikan fakta yang tidak sama, penelitian tersebut mengatakan orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh negatif yang signifikan atas kinerja pemasaran UMKM. Maka dari itu di perlukan variabel - variabel mediasi untuk lebih memperkuat dan membuktikan pengaruh orientasi kewirausahaan atas kinerja pemasaran UMKM.

Wahyono (2002) menjelaskan bahwa suatu perusahaan membutuhkan sebuah inovasi yang berkelanjutan sebagai kebutuhan dasar yang akhirnya akan merujuk pada terciptanya produk yang memiliki keunggulan kompetitif di dalam sebuah pasar. Di tengah persaingan yang semakin ketat, selain membutuhkan sebuah inovasi perusahaan juga dituntut mampu untuk menciptakan kondisi organisasi atau produknya agar memiliki keunikan atas pesaingnya atau yang disebut sebagai keunggulan bersaing (Colgate, 1998). Selain itu kapabilitas pemasaran juga memungkinkan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah yang dapat diberikan kepada pelanggan dan menjadikan perusahaan lebih kompetitif di dalam persaingan pasar. Day (1994) mengatakan bahwa kapabilitas pemasaran perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja pemasaran. Beberapa literatur dan penelitian terdahulu menyebutkan bahwa ketiga variabel diatas mampu mempengaruhi kinerja pemasaran dari sebuah perusahaan.

Dari pernyataan-pernyataan tersebut, penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengaruh dari orientasi kewirausahaan dengan keunggulan bersaing, inovasi serta kapabilitas pemasaran sebagai variabel intervening terhadap kinerja pemasaran UMKM yang ada di Kota Semarang.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang di atas, kita dapat mengetahui bahwa pertumbuhan UMKM juga terjadi di Provinsi Jawa Tengah, jumlah UMKM Di Jawa Tengah mengalami peningkatan setiap tahunnya, di mana pada tahun 2013 jumlah UMKM di Jawa Tengah berjumlah 90.339 dan terus terjadi peningkatan dari tahun ke tahun hingga jumlahnya menjadi 133.679 di triwulan IV 2017 yang berarti bahwa pertumbuhan UMKM di Jawa Tengah mengalami peningkatan hingga 5 tahun terakhir bertambah sebesar 69.385 unit. Akan tetapi kenaikan jumlah unit UMKM tersebut berbanding terbalik dengan jumlah omzet rata – rata per UMKM yang ada di Provinsi Jawa Tengah. Omzet rata - rata per UMKM justru mengalami penurunan pada tahun 2017 dari tahun sebelumnya sebesar 0.008 milyar.

Hal di atas merupakan sebuah fenomena bisnis yang harus diperhatikan, dan dari hal tersebut dirumuskan masalah penelitian yaitu bagaimana meningkatkan kinerja pemasaran pada UMKM Kota Semarang. Di mana Kota Semarang merupakan ibu kota Jawa Tengah dan menjadi salah satu kota yang memiliki potensi pertumbuhan jumlah unit UMKM tertinggi di antara kabupaten / kota di Jawa Tengah.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, akan diuji hal-hal yang menjadi pertanyaan penelitian berikut ini :

1. Apa pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM di Kota Semarang?

2. Apa pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Inovasi UMKM di Kota Semarang?
3. Apa pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap kapabilitas pemasaran di Kota Semarang?
4. Apa pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Kota Semarang?
5. Apa pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Kota Semarang?
6. Apa pengaruh Kapabilitas Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Kota Semarang?

### **1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing
2. Mengetahui pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Inovasi
3. Mengetahui pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap kapabilitas pemasaran
4. Mengetahui pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran
5. Mengetahui pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Pemasaran
6. Mengetahui pengaruh Kapabilitas Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran.

### **1.3.2. Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan agar dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Manfaat penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

1. Kegunaan teoritis

Dapat menjadi landasan informasi dan pengayaan untuk pengembangan media pembelajaran ilmu pengetahuan terkhusus mengenai aspek manajemen pemasaran.

2. Kegunaan Praktisi

Dapat menjadi bahan panduan atau masukan bagi para praktisi manajemen yang mengembangkan sebuah bisnis.

3. Akademisi

Diharapkan dapat menjadi informasi yang mendukung serta menjadi bahan pertimbangan penelitian selanjutnya yang menyangkut dengan pengaruh Orientasi Kewirausahaan atas Keunggulan Bersaing, Inovasi, Kapabilitas Pemasaran untuk meningkatkan Kinerja Pemasaran.

4. Pelaku UMKM

Diharapkan dapat berguna bagi praktisi UMKM agar menjadi masukan terkait strategi dan kebijakan pemasaran yang dapat diterapkan sehingga akan meningkatkan kinerja pemasaran UMKM yang dijalankan, dengan Orientasi Kewirausahaan, Keunggulan bersaing, Inovasi serta kapabilitas pemasaran yang baik.

#### **1.4. Sistematika Penulisan**

Agar dapat memperjelas mengenai gambaran dari penelitian ini secara menyeluruh, maka sistematika penulisan penelitian disusun menggunakan urutan seperti berikut :

##### **1. BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan serta kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

##### **2. BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini terdapat uraian dan penjelasan mengenai landasan teori yang berkenaan dengan penelitian, yang digunakan sebagai dasar pemikiran dalam melakukan penelitian, pembahasan hasil - hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran berguna untuk memberikan gambaran mengenai variabel apa saja yang diamati pada penelitian serta menjabarkannya secara terstruktur, hipotesis yang memberikan jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian. Dianggap sementara dikarenakan jawaban yang disebutkan masih berdasarkan pada teori dan belum berdasarkan fakta pada penelitian. Serta telaah hubungan antar variabel penelitian yang dilakukan.

##### **3. BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang metodologi penelitian serta definisi operasional dari variabel-variabel penelitian, penentuan populasi dan

sampel yang dipakai pada penelitian ini, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang digunakan.

#### **4. BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Didalam bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian, analisis data penelitian dan hasil analisis data penelitian.

#### **5. BAB V : PENUTUP**

Bab ini memuat kesimpulan atas pembahasan hasil penelitian serta saran untuk semua pihak terkait dengan penelitian ini.