

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Tas Tanggulangin Sidoarjo

Oleh:

Chilmiatuz Zahro,

Dewi Komala Sari

Progam Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Oktober, 2023



Pendahuluan

Sektor ekonomi kreatif menjadi hal yang sangat penting dilakukan untuk meningkatkan perekonomian di Sidoarjo. Ini ditunjukkan oleh perkembangan ekonomi kreatif yang signifikan hingga kota Sidoarjo dijuluki kota UMKM di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran UMKM Tas Tanggulangin Sidoarjo. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelaku UMKM tas di Tanggulangin Sidoarjo. Jumlah sampel yang digunakan yaitu 71 responden. Sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik probability sampling dengan teknik simple random sampling. Analisis data menggunakan analisis data regresi linier berganda dengan program aplikasi SPSS 22. Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh digital orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran, terdapat pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran, dan terdapat pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

1. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran UMKM tas Tanggulangin Sidoarjo?
2. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran UMKM tas Tanggulangin Sidoarjo?
3. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja pemasaran UMKM tas Tanggulangin Sidoarjo?

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena penggunaan data penelitian numerik dan analisis statistik. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan pelaku UMKM dengan jumlah sampel dapat dihitung menggunakan rumus Slovin dan didapatkanlah 71 responden.

Sumber data dalam penelitian menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari kuisisioner, sedangkan data sekunder berasal dari jurnal penelitian terdahulu yang relevan. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner yang diukur menggunakan skala likert dengan bobot hitung mulai dari 1 hingga 5.

Teknik analisis data menggunakan uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas serta uji reliabilitas, kemudian dilakukan uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji linieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas. Selanjutnya dilakukan juga analisis regresi linier berganda, dan terakhir untuk pengujian hipotesis dilakukan uji t, koefisien korelasi berganda (R) dan koefisien determinasi berganda (R^2) dengan bantuan program SPSS 22

Hasil

1. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM tas Tanggulangin Sidoarjo.
2. Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM tas Tanggulangin Sidoarjo.
3. Keunggulan bersaign berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM tas Tanggulangin Sidoarjo.

Pembahasan

1. Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada UMKM tas Tanggulangin Sidoarjo.

Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada UMKM tas Tanggulangin Sidoarjo. Hal ini dapat diartikan bahwa UMKM tas Tanggulangin telah sanggup merancang tujuan jangka panjang untuk kelangsungan usaha, UMKM tas Tanggulangin juga mampu menemukan pasar, pelanggan dan harga yang tepat, serta mampu menyediakan barang atau jasa dan juga peluang pasar.

Hasil penelitian sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan karakteristik yang terkait dengan sifat seorang pengusaha yang tercermin dari sifat-sifat berkemauan keras, memiliki motivasi, berani mengambil risiko, dan memiliki kreativitas.

Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan menunjukkan hasil secara langsung yang positif dan berdampak signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Pembahasan

2. Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada UMKM tas Tanggulangin Sidoarjo

Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Hal ini dapat diartikan bahwa UMKM Tas Tanggulangin Sidoarjo dapat memahami kebutuhan atau keinginan para pelanggan, juga memenuhi kepuasan pada pelanggan. UMKM tas Tanggulangin berhasil memberi arahan dengan bimbingan untuk mengatasi downline perusahaan, serta selalu mencari informasi tentang jenis produk yang disukai konsumen juga produk yang dijual oleh pesaing, dan mampu membidik target pasar yang tepat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang mengemukakan bahwa orientasi pasar sebagai suatu proses dan aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan dan pemuasan pelanggan dengan cara terus menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Hal ini juga diperkuat dengan penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa orientasi pasar memberikan hasil secara langsung positif dan berdampak signifikan terhadap kinerja pemasaran. Selanjutnya juga didukung dengan hasil peneliti lainnya yang menyatakan orientasi pasar berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja pemasaran secara empiris menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran.

Pembahasan

3. Keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada UMKM tas Tanggulangin Sidoarjo

Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Hal ini dapat diartikan bahwa UMKM Tas Tanggulangin Sidoarjo cepat dalam proses bertumbuh dengan mengutamakan keluaran berbagai macam produk terbaru sehingga tidak mudah ditiru oleh pesaing. UMKM juga dapat memperkecil resiko, menghasilkan produk dengan kualitas unggulan dan harga yang sesuai sehingga mampu bersaing di pasar, serta dapat meredam permintaan yang timbul karena adanya pola musiman dan memanfaatkan kapasitasnya secara lebih baik kedepannya

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan UMKM yang mampu menciptakan keunggulan bersaing akan memiliki kekuatan untuk bersaing dengan perusahaan lainnya sehingga akan mempengaruhi kinerja pemasaran yang baik sehingga keunggulan bersaing berdampak pada kinerja pemasaran.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa keunggulan bersaing memiliki pengaruh yang positif dan signifikan kepada kinerja pemasaran. Selanjutnya juga didukung peneliti lainnya yang membuktikan bahwa variabel keunggulan bersaing mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Temuan Penting Penelitian

Berdasarkan hasil pada analisis membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran UMKM tas Tanggulangin Sidoarjo. Hal ini menunjukkan bahwasanya orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan keunggulan bersaing yang baik menjadi faktor utama dalam meningkatkan kinerja pemasaran.

Manfaat Penelitian

- 1. Manfaat Teoritis** : Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang melakukan kajian mengenai pengaruh kepuasan kerja, kompensasi dan disiplin kerja karyawan terhadap produktivitas karyawan.
- 2. Manfaat Praktis**
 - **Bagi Peneliti** : Untuk memperoleh gambaran tentang pokok masalah yang ada di objek penelitian (perusahaan) dan membandingkan dengan teori yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan.
 - **Bagi Perusahaan** : Sebagai masukan bagi perusahaan terhadap pokok masalah yang telah disesuaikan dengan teori yang ada yaitu dalam hal ini produktivitas kerja karyawan yang ditinjau dari kepuasan kerja, kompensasi dan disiplin kerja karyawan.
 - **Bagi Almamater** : Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian yang mengambil topik yang sama dan menambah referensi perbendaharaan penelitian di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Referensi

- Mochammad, Achmad dan Ni Wayan Puspitadewi. 2021. Hubungan Antara Modal Psikologi dengan Produktivitas Kerja Pada Pengusaha UMMKM Kerajinan Kulit Dan Koper di Kecamatan Tanggulangin Sidoarjo. penelitian psikologi. Vol8(1). 70–83.
- [Apris. 2021. Pengaruh Relationship Marketing dan Cross Selling terhadap Kinerja Pemasaran pada PT. Asuransi Umum Videi Kantor Pemasaran Jambi. Tesis tidak dipublikasikan. Jambi : Universitas jambi. Vol 4(1), 6.
- Fatmawati. 2016. Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran Pada Warung Angkringan di Kota Semarang.
- Aristiyo, M. 2017. Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Dengan Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Kemitraan. Management Analysis Journal.
- Elvina. 2020. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM. Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan.
- Adinoto. 2012. Pengaruh Orientasi Pasar dan Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kepekaan Perusahaan dan Implikasinya Pada Kinerja Perusahaan: Studi Pada Penyalur Sepeda Motor di Indonesia . Ultima Manajemen.
- Lapian, M. O. 2016. Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada PT. BPR PRISMA DANA AMURANG. EMBA
- Kuswanti. 2017. Pengaruh Orientasi Pelanggan dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing. Management Analysis Journal.
- Kholifah. 2020. Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing pada UMKM Sarung Goyor Kabupaten Pemalang.
- Supranoto, Meike 2009. "Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pasar, Inovasi, Dan Orientasi Kewirausahaan Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Empiris Pada: Industri Pakaian Jadi Skala Kecil Dan Menengah Di Kota Semarang)." Tesis. Universitas Diponegoro Semarang.

Referensi

Mochammad, Achmad dan Ni Wayan Puspitadewi. 2021. Hubungan Antara Modal Psikologi dengan Produktivitas Kerja Pada Pengusaha UMMKM Kerajinan Kulit Dan Koper di Kecamatan Tanggulangin Sidoarjo. penelitian psikologi. Vol8(1). 70–83.

Apris. 2021. Pengaruh Relationship Marketing dan Cross Selling terhadap Kinerja Pemasaran pada PT. Asuransi Umum Videi Kantor Pemasaran Jambi. Tesis tidak dipublikasikan. Jambi : Universitas jambi. Vol 4(1), 6.

Fatmawati. 2016. Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran Pada Warung Angkringan di Kota Semarang.

Aristiyo, M. 2017. Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Dengan Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Kemitraan. Management Analysis Journal.

Elvina. 2020. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM. Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan.

Adinoto. 2012. Pengaruh Orientasi Pasar dan Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kepekaan Perusahaan dan Implikasinya Pada Kinerja Perusahaan: Studi Pada Penyalur Sepeda Motor di Indonesia . Ultima Manajemen.

Lapian, M. O. 2016. Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada PT. BPR PRISMA DANA AMURANG. EMBA

Kuswanti. 2017. Pengaruh Orientasi Pelanggan dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing. Management Analysis Journal.

Kholifah. 2020. Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing pada UMKM Sarung Goyor Kabupaten Pemalang.

Supranoto, Meike 2009. "Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pasar, Inovasi, Dan Orientasi Kewirausahaan Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Empiris Pada: Industri Pakaian Jadi Skala Kecil Dan Menengah Di Kota Semarang)." Tesis. Universitas Diponegoro Semarang.

