

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI PASAR SEBAGAI STRATEGI MENCIPTAKAN KEUNGGULAN BERSAING UNTUK MENINGKATKAN KINERJA USAHA

Rita Madiastuty

Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia

Email: ritayuwono18@gmail.com

Abstrak

Pertumbuhan ekonomi berkelanjutan memiliki daya saing tinggi dapat diwujudkan dan dipelopori oleh kewirausahaan. Kedekatan dengan pasar dan pemenuhan kebutuhan dengan pelanggan akan memberikan nilai tambah. Sejak beroperasinya jalan tol Semarang Batang berdampak pada penurunan jumlah pelanggan restoran dan rumah makan yang melewati jalur pantura di Kabupaten Kendal. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar dari pelaku usaha terhadap keunggulan bersaing untuk tetap bertahan dimasa sekarang. Pada penelitian ini jumlah populasi untuk rumah makan dan restoran yang tergabung dalam PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia) di Kabupaten Kendal adalah sebanyak 73 unit usaha, survey dilakukan terhadap Supervisor, Manager restoran atau pemilik usaha pada bulan November – Desember 2020. Data yang diperoleh diolah menggunakan SEM dengan aplikasi PLS.3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing memiliki pengaruh terhadap kinerja bisnis. Akan tetapi orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis.

Kata Kunci: orientasi kewirausahaan; orientasi pasar; meningkatkan kinerja usaha

Abstract

The sustainability of economic growth has a high compatibility that can be realized and spearheaded by entrepreneurship. Proximity with the market and requirement needs by the customers, will add more value. Since the operation, Semarang-Batang Highway, had some impact on the degradation in restaurant customers and eateries that get through the Pantura Track in Kendal District. This research in order of purpose, has the ability to know the influence of entrepreneurship orientation and market orientation to sustainable advantage and business performance towards excellences for the exact purpose of surviving in the present. In regards to this research, the aggregate of population for eatery an restaurant that incorporated in PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia) in Kendal District has a total of 72 business unit, survey that held to the Supervisor, Restaurant Manager, or Business Owner in November and December 2020. The obtained data processed through SEM by PLS 3 application. The result of this research shows that variable entrepreneurship orientation and market orientation

show impact on competitive advantage. The competitive advantage has some impact on business performance. The particular reason for circumstances related to entrepreneurship orientation and market orientation didn't impact and influence that significantly on business performance.

Keywords: entrepreneurial orientation; market orientation; improve business performance

Pendahuluan

Seiring dengan pesatnya arus globalisasi yang membuat rivalitas bisnis tidak dapat dihindari maka hal tersebut menyebabkan perusahaan-perusahaan dihadapkan pada berbagai kesempatan dan ancaman. Kesempatan dan ancaman tersebut berasal dari wilayah domestik (dalam negeri) maupun dari mancanegara (luar negeri). Persaingan usaha yang semakin ketat mengharuskan perusahaan memahami berbagai cara untuk mengelola *resource* atau sumber daya yang telah dimiliki oleh perusahaan tersebut. Kemampuan perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing di era sekarang merupakan salah satu hal penting dalam memenangkan persaingan. Keunggulan bersaing menurut (Narver & Slater, 1990) dapat tercapai saat perusahaan mampu memberi pelanggan pengalaman lebih (*value*) daripada yang diberikan oleh pesaing (*competitor*).

Selain itu, keunggulan bersaing penting bagi perusahaan untuk meningkatkan persaingan global. Untuk mengatasi persaingan tersebut perusahaan harus dekat dengan pasarnya agar terciptanya produk-produk baru yang lebih menarik. Hal tersebut dapat tercapai apabila adanya komitmen untuk selalu berkarya dalam menciptakan produk bermutu yang memiliki nilai unggul bagi pelanggan (Frishammar & Åke Hörte, 2007).

Kinerja tinggi yang dimiliki perusahaan dalam menciptakan nilai unggul bagi pelanggan diperlukan adanya kapabilitas. Kapabilitas bertujuan untuk mensejajarkan perusahaan dalam menciptakan nilai unggul bagi pelanggan dan klien yang menggunakan produk perusahaan tersebut maupun produk substitusi serta produk pesaing. Kapabilitas tersebut antara lain mencakup orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan. Kebutuhan pelanggan dapat terwujud melalui penilaian kebutuhan yang dianalisis melalui orientasi pasar. Orientasi kewirausahaan menurut (Frishammar & Åke Hörte, 2007), menggambarkan sejauhmana perusahaan berinovasi atau pembaruan, mengambil risiko dan lebih aktif.

Orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan yang telah dipraktikkan suatu Perusahaan dalam pengembangan bisnisnya guna mencapai keunggulan bersaing agar produk yang dihasilkan sesuai yang diharapkan perusahaan tersebut. Kewirausahaan diketahui menjadi suatu cara baru dalam pembaharuan kinerja (*job performance*) perusahaan yang perlu ditanggapi secara konklusif oleh perusahaan yang mengalami krisis berkepanjangan namun mulai bangkit kembali. Pertumbuhan ekonomi perusahaan berkelanjutan dan memiliki daya saing tinggi dapat diwujudkan dengan dipelopori oleh kewirausahaan.

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar sebagai Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Usaha

Dalam era persaingan yang tidak mengenal batas maka keunggulan bersaing merupakan hal yang mutlak harus dilakukan oleh perusahaan. Dengan produk baru yang lebih menarik merupakan jalan bagi perusahaan untuk mendekati diri kepada pasar. Kedekatan dengan pasar dan terciptanya produk baru menuntut prasyarat yang harus dipenuhi perusahaan. Prasyarat tersebut adalah komitmen untuk secara berkelanjutan menciptakan kreasi. Adapun tujuan kreasi tersebut adalah menciptakan nilai tambah kepada pelanggan.

UMKM (usaha mikro, kecil dan menengah yang merupakan perusahaan berskala kecil adalah satu diantara banyak usaha yang dikembangkan di Indonesia. Meskipun dalam skala pembangunan ekonomi nasional Indonesia, UMKM memiliki ukuran kecil namun merupakan sektor yang berperan penting. Hal itu disebabkan mayoritas penduduk Indonesia yang bekerja didalam UMKM memiliki tingkat pendidikan yang rendah. Hidup para pekerja tersebut bergantung pada kegiatan UMKM baik disektor konvensional maupun modern.

UMKM memiliki peranan penting dalam menunjang perekonomian suatu negara sehingga dalam perkembangannya membutuhkan perhatian bersama khususnya pemerintah dalam meningkatkan peranan UMKM agar mampu meningkatkan usaha produksi serta meningkatkan perekonomian negara yang akan berdampak pula terhadap kesejahteraan masyarakat. Dapat diketahui bahwa UMKM mampu bertahan dari dampak krisis ekonomi lebih lama, karena memiliki karakteristik yang dapat menyesuaikan dengan keadaan atau lebih fleksibel. UMKM lebih memanfaatkan sumber daya lokal di daerah tersebut sehingga bisa diandalkan untuk mendukung ketahanan ekonomi suatu negara.

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, tentang entitas tingkatan jenis usaha skala mikro, kecil, menengah, dimana dalam perkembangannya sangat bermanfaat bagi pelaku usaha dan masyarakat sekitar serta perkembangan ekonomi suatu negara.

Tabel 1
Usaha Mikro Kecil dan Menengah Binaan Provinsi Jawa Tengah

Deskripsi	Satuan	Tahun				Perkembangan 2015-2018	
		2015	2016	2017	2018	Jumlah	%
Jumlah UMKM	Unit	105.568	112.550	133.679	143.738	10.059	7.52
Penyerapan tenaga kerja	Orang	635.375	772.115	918.455	1.043.320	124.865	13.59
Aset	Rp. Miliar	17.881	22.386	26.249	29.824	3.575	13.61
Omzet	Rp. Milyar	17.002	42.575	49.247	55.691	6.444	13.08

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah, 2015 – 2018

Tabel 1 memaparkan perkembangan UMKM dari tahun 2015 hingga 2018 di Jawa Tengah. Hal tersebut dilihat dari jumlah unit UMKM penyerapan tenaga kerja, aset serta omset UMKM yang ada. Data Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah menunjukkan bahwa UMKM di Provinsi Jawa Tengah berkontribusi terhadap PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) dan secara bertahap menambah pendapatan masyarakat, sehingga terjadi peningkatan pertumbuhan ekonomi di Provinsi Jawa Tengah. Jumlah UMKM mengalami perkembangan cukup signifikan dengan adanya pertumbuhan 7.52% selama tahun 2015-2018. Penyerapan tenaga kerja pada UMKM juga mengalami peningkatan sebesar 13.59% terjadi pula pertumbuhan aset 13.61% dan omset sebesar 13.08% dari UMKM.

UMKM memiliki peran penting bagi perekonomian Indonesia. Hal yang dapat dilakukan untuk ikut andil dalam perekonomian Indonesia yang adalah mendorong UMKM agar semakin berkembang. UMKM yang semakin berkembang berarti dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja atau mengurangi pengangguran, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menambah nilai ekspor, daerah, dan mengurangi tingkat kemiskinan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada subkategori Lapangan Usaha Penyediaan Makan Minum serta Akomodasi di Provinsi Jawa Tengah turut berperan dalam perhitungan jenis Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).

Sub kategori Penyediaan Makan dan Minum dimana kegiatan-kegiatan yang dimaksud mencakup pelayanan makanan atau minuman untuk dikonsumsi dengan segera, baik restoran tradisional, restoran ambil sendiri (*self service*) atau restoran hanya untuk dibungkus (*take away*), yang memiliki tempat sementara dengan atau tanpa tempat duduk (bongkar pasang) seperti Pedagang Kaki Lima (PKL) maupun tempat tetap. Penyediaan minuman dan makanan yang dimaksud adalah penyediaan minuman dan makanan untuk dikonsumsi segera berdasarkan pemesan.

Tabel 2
Jumlah Restoran dan Rumah Makan di Jawa Tengah

TAHUN	RESTORAN	PRESENTASE (%)	RUMAH MAKAN	PRESENTASE (%)
2014	268	112.70	2.429	-13.16
2015	274	2.24	2.478	2.02
2016	280	2.19	2.567	3.59
2017	499	78.21	3.861	50.41
2018	294	-41.1	1.588	-58.8

Sumber: Disporapar, Data Survey diolah, 2018

Dari Tabel 2 diatas diperoleh data tentang pertumbuhan restoran dan rumah makan yang mengalami penurunan sebesar 58.8% dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2018. Ditengah kerasnya persaingan usaha maka pelaku UKM dituntut untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi sebagai suatu keunggulan bersaing. Melalui skema keunggulan bersaing yaitu dengan biaya rendah dibandingkan pesaing dan adanya differensiasi produk (Porter, 1985) menuntut perlunya suatu strategi baik dari sumber daya yang ada serta analisa pasar dalam lingkungan sejenis.

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar sebagai Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Usaha

Dalam penelitian ini peneliti mengambil variabel kunci yaitu keunggulan bersaing dimana peneliti ingin mengambil seberapa besar nilai-nilai keunggulan bersaing dalam perusahaan dalam meningkatkan nilai kinerja perusahaannya dan kinerja bisnisnya. Untuk variabel dasar yang peneliti ingin ambil adalah mengenai Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar dari para pelaku bisnis yang mempengaruhi atau tidak mempengaruhi keunggulan bersaing dari perusahaan tersebut.

Penelitian yang telah ada sebelumnya mengenai orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan melalui variabel inti keunggulan bersaing dalam segmentasi berbeda. Adanya pengaruh yang berbeda antar variabel tersebut menunjukkan pembuktian kebenaran adanya hubungan atau pengaruh korelasi satu dengan lainnya. Berikut disampaikan penelitian terdahulu, dengan nama peneliti dan temuan penelitian yang disusun menjadi tabel dalam *research gap*:

Tabel 3
Research Gap

No	Issue	Penelitian	Temuan	Gap
1	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing	Kibeshi Kiyabo and Nsobili Isaga (2020)	Signifikan positif	Terdapat inkonsistensi hasil antara pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing
		(Mahmood & Hanafi, 2013)	Signifikan negatif	
2	Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing	Vikash Naidoo, dkk. (2010)	Signifikan positif	Terdapat perbedaan hasil antara pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing
		Aprizal (2016)	Positif tidak signifikan	
3	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Bisnis	(Al-Mamary et al., 2020)	Signifikan positif	Terdapat perbedaan pendapat tentang kinerja bisnis yang dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan
		(Urban & Mothusiwa, 2014)	Tidak ditemukan	
4	Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis	Muzaffar Asad, dkk. (2016)	Signifikan positif	Terdapat inkonsistensi hasil antara kinerja bisnis yang dipengaruhi oleh orientasi pasar
		Alexandra Solano Acosta, dkk. (2018)	Tidak ditemukan	
5	Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Bisnis	Ismail, dkk., (2010)	Signifikan positif	Terdapat perbedaan hasil antara keunggulan bersaing terhadap kinerja bisnis
		(Strandskov, 2006)	Positif tidak signifikan	

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2018.

Terdapat perbedaan hasil penelitian sebelumnya pada Tabel 3 dan ada permasalahan di perusahaan, menjadi alasan peneliti untuk meneliti pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode penelitian korelasi dan pendekatan kuantitatif. Metode korelasi adalah suatu penelitian yang memiliki tujuan untuk mengetahui arah hubungan antar variabel (positif/negatif) dan seberapa jauh hubungan yang dimiliki antar dua atau lebih variabel tersebut. Sumber data yang dipakai merupakan data primer dan data sekunder yang diperoleh langsung dari sumber tanpa adanya perantara. Peneliti menggunakan data primer untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang dimiliki oleh peneliti. Pengisian kuesioner oleh para pemilik dan manager dari restaurant dan rumah makan yang tergabung dalam PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia) di Kabupaten Kendal.

Data sekunder yaitu data yang didapat melalui perantara atau data yang dicatat oleh orang lain yang didapatkan secara tidak langsung oleh peneliti. Data sekunder dikumpulkan oleh lembaga yang bertugas untuk mengumpulkan data lalu kemudian akan dipublikasikan kepada masyarakat yang akan menggunakan data tersebut. Data sekunder yang dipergunakan diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (Dispora) Jawa Tengah.

Hasil Dan Pembahasan

A. Hasil

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

a) Deskripsi Responden

Dari 72 kuesioner yang disebarakan kepada 72 responden penanggung jawab unit usahanya, maka diperoleh data gambaran karakteristik responden yang meliputi data responden berdasarkan: jenis kelamin, usia, pendidikan dan yang dijabarkan sebagai berikut:

b) Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data responden berdasarkan jenis kelamin, pada penelitian ini digunakan untuk melihat penanggung jawab unit usaha berdasarkan jenis kelamin yang menjadi sampel penelitian, adapun penjelasan dari indentifikasi dapat dijelaskan di gambar berikut:

Tabel 4
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi (f)	Presentase (%)
Laki –Laki	27	38
Perempuan	45	62
Total	72	100

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil identifikasi gambar 4 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penanggung jawab unit usaha yang menjadi sampel adalah perempuan dengan presentase sebanyak 62% sebanyak 45 responden.

c) Data Responden Berdasarkan Usia

Data responden berdasarkan usia digunakan untuk melihat penanggung jawab unit usaha berdasarkan usia yang menjadi sampel dari penelitian, adapun penjelasan dari identifikasi dapat dijelaskan di gambar berikut:

Tabel 5
Usia Responden

Usia Responden	Frekuensi (f)	Presentase (%)
24-30	6	8
31-38	27	39
39-46	37	51
47-55	2	2
Total	72	100

Sumber: Data Diolah, 2020

Dari hasil identifikasi tabel 5 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar usia penanggung jawab unit usaha yang menjadi sampel adalah berusia 39 – 46 tahun dengan presentase sebanyak 51% sebanyak 37 responden.

d) Data Responden Berdasarkan Pendidikan

Data responden berdasarkan pendidikan, digunakan untuk melihat penanggung jawab unit usaha yang menjadi sampel penelitian, adapun penjelasan dari identifikasi dapat dijelaskan di gambar berikut:

Tabel 6
Pendidikan Responden

Pendidikan	Frekuensi (f)	Persentase (%)
SLTP	3	4
SLTA	31	43
Diploma	9	12
S1	28	39
S2	1	2
Total	72	100

Sumber: Data Diolah, 2020

Dari hasil identifikasi tabel 6 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pendidikan penanggung jawab unit usaha yang menjadi sampel adalah SLTA / SMA Sederajat dengan presentase 43% sebanyak 31 responden.

e) Analisis PLS (*Partial Least Square*)

Dalam penelitian ini, pengaruh variabel orientasi kewirausahaan, orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing dan keunggulan bisnis pada

penanggung jawab unit usaha akan dianalisis menggunakan analisis PLS (*Partial Least Square*).

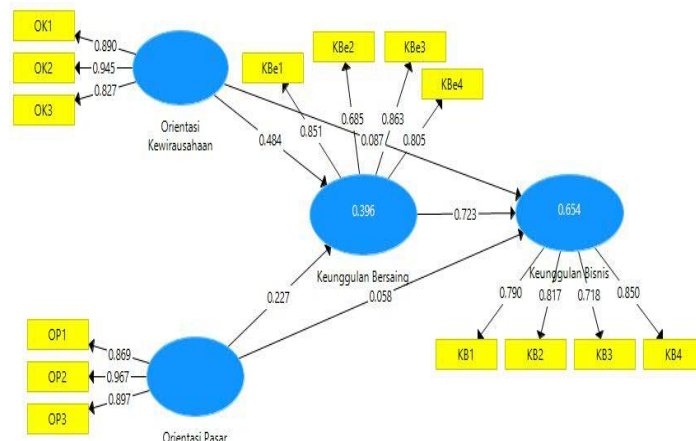
Tahap-tahap dalam analisis PLS meliputi tahap pengujian model pengukuran (*outer model*) dan tahap pengujian model struktural (*inner model*). Pada tahap pengujian *outer model*, seluruh indikator pada masing-masing variabel akan diuji validitas dan reliabilitasnya dalam mengukur variabelnya, selanjutnya pada pengujian *inner model*, dilakukan pengujian hipotesis berdasarkan hasil uji t dan juga akan dihitung besar pengaruh seluruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dengan melihat nilai adjusted R square variabel endogen.

f) Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Tahap pengujian *outer model* terdiri dari beberapa pengujian, di antaranya adalah pengujian *Convergent Validity*, *Discriminant Validity* dan *Composite Reliability*. Hasil analisis PLS dapat digunakan untuk menguji hipotesis penelitian jika seluruh indikator dalam model PLS telah memenuhi syarat validitas konvergen, validitas deskriminan, dan reliabilitas komposit.

2. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Convergent Validity berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur (*manifest variable*) dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi, uji *Convergent Validity* dapat dilihat dari nilai *loading* faktor untuk setiap indikator konstruk (Ghozali & Latan, 2015).



Gambar 1
Hasil Estimasi Model PLS (*Algorithm*)

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil estimasi model pada gambar 1 didapatkan hasil sebagai berikut:

- a. Bahwa semua indikator orientasi kewirausahaan memiliki nilai *loading factor* diatas 0,70.

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar sebagai Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Usaha

- b. Bahwa semua indikator orientasi pasar memiliki *loading factor* diatas 0,70.
- c. Bahwa tiga indikator keunggulan bersaing memiliki *loading factor* diatas 0,70, sedangkan indikator kedua memiliki nilai *loading factor* yaitu 0,685 dan nilai ini masih dalam batas 0,50 - 0,60.
- d. Bahwa semua indikator keunggulan bersaing memiliki *loading factor* diatas 0,70.

Selain dengan melihat nilai *loading factor* masing-masing indikator, validitas konvergen juga harus dinilai dari nilai AVE masing-masing konstruk, seluruh konstruk dalam model PLS dinyatakan telah memenuhi validitas konvergen jika nilai AVE masing-masing konstruk > 0,7 dan diantara 0,5 – 0,6.

Tabel 6
Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Keunggulan Bersaing	0.646
Kinerja Bisnis	0.632
Orientasi Kewirausahaan	0.790
Orientasi Pasar	0.832

Sumber: Data Diolah, 2020

Hasil analisis pada tabel 6, menunjukkan bahwa konstruk orientasi kewirausahaan memiliki nilai AVE sebesar 0,790, konstruk orientasi pasar memiliki nilai AVE sebesar 0.832, konstruk keunggulan bersaing memiliki nilai AVE 0,646, dan konstruk kinerja bisnis memiliki nilai AVE 0,632 yang berarti masing-masing konstruk telah memenuhi *convergent validity* yang baik.

3. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Discriminant validity dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. Model mempunyai *discriminant validity* yang baik jika nilai kuadrat AVE masing-masing konstruk eksogen (nilai pada diagonal) melebihi korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya (nilai di bawah diagonal). Hasil pengujian *discriminant validity* diperoleh sebagai berikut:

Tabel 7
Discriminant Validity

	Keunggulan Bersaing	Kinerja Bisnis	Orientasi Kewirausahaan	Orientasi Pasar
Keunggulan Bersaing	0.804			
Kinerja Bisnis	0.803	0.795		
Orientasi Kewirausahaan	0.598	0.548	0.889	
Orientasi Pasar	0.670	0.642	0.603	0.912

Sumber: Data Diolah, 2020

Hasil uji *discriminant validity* pada tabel 7, menunjukkan bahwa konstruk orientasi kewirausahaan telah memiliki nilai akar kuadrat AVE sebesar 0,889, konstruk orientasi pasar telah memiliki nilai akar kuadrat AVE sebesar 0,912, konstruk keunggulan bersaing telah memiliki nilai akar kuadrat AVE sebesar 0,804, dan konstruk kinerja bisnis telah memiliki nilai akar kuadrat AVE sebesar 0,795. Seluruh konstruk telah memiliki nilai akar kuadrat AVE di atas nilai korelasi dengan konstruk laten lainnya sehingga dapat disimpulkan bahwa model telah memenuhi *discriminant validity* yang baik.

4. *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

Reliabilitas konstruk dapat dinilai dari nilai *cronbach's alpha* dan nilai *Composite Reliability* dari masing-masing konstruk. Konstruk dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi jika nilai *cronbach's alpha* melebihi 0,7 dan nilai *composite reliability* melebihi 0,7. Nilai *cronbach's alpha* dan nilai *composite reliability* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8
Reliabilitas Konstruk

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Keunggulan Bersaing	0.814	0.879
Kinerja Bisnis	0.805	0.873
Orientasi Kewirausahaan	0.866	0.918
Orientasi Pasar	0.900	0.937

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 8. nilai *cronbach's alpha* konstruk orientasi kewirausahaan $0,866 > 0,7$, nilai *composite reliability* konstruk orientasi kewirausahaan $0,918 > 0,7$. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk orientasi kewirausahaan telah memenuhi reliabilitas konstruk yang baik. Nilai *cronbach's alpha* konstruk orientasi pasar $0,900 > 0,7$, nilai *composite reliability* konstruk orientasi pasar $0,937 > 0,7$. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk orientasi pasar telah memenuhi reliabilitas konstruk yang baik. Nilai *cronbach's alpha* konstruk keunggulan bersaing $0,814 > 0,7$, nilai *composite reliability* konstruk keunggulan bersaing $0,879 > 0,7$. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk keunggulan bersaing telah memenuhi reliabilitas konstruk yang baik. Nilai *cronbach's alpha* konstruk keunggulan bisnis $0,805 > 0,7$, nilai *composite reliability* konstruk kinerja bisnis $0,873 > 0,7$. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk kinerja bisnis telah memenuhi reliabilitas konstruk yang baik.

5. **Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)**

a) Uji *Goodness Of Fit Model*

Uji *Goodness Of Fit Model* model PLS (*Partial Least Square*) dapat dilihat dari nilai SMRM model. Model PLS dinyatakan telah memenuhi kriteria *goodness of fit model* jika nilai [p ;SRMR < 0,10 dan model dinyatakan *perfect fit* jika nilai SRMR < 0,08. Nilai SMRM dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9
Hasil Uji *Goodness Of Fit Model*

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,071	0,071

Sumber: Data Diolah, 2020

Hasil uji *goodness of fit model* PLS (*Partial Least Square*) pada tabel 4.4. menunjukkan bahwa nilai SRMR model PLS (*Partial Least Square*) adalah sebesar 0,071. Oleh karena nilai SRMR model di bawah 0,10 maka model PLS (*Partial Least Square*) ini dinyatakan *perfect fit*, sehingga layak digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

b) *Effect Size* (f^2)

Dalam analisis PLS (*Partial Least Square*), nilai f^2 menunjukkan besar pengaruh parsial masing-masing variabel prediktor terhadap variabel endogen. Nilai f^2 yang diperoleh selanjutnya dapat dikategorikan dalam kategori berpengaruh kecil ($f^2 = 0,02$), menengah ($f^2 = 0,15$) dan besar ($f^2 = 0,35$). Berikut ini adalah nilai f^2 masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen:

Tabel 10
Nilai F Square

	Keunggulan Bersaing	Kinerja Bisnis
Keunggulan Bersaing		0.914
Orientasi Kewirausahaan	0.289	0.013
Orientasi Pasar	0.063	0.007

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.10. diperoleh beberapa hasil bahwa keunggulan bersaing sebesar 0,914 merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Hasil orientasi kewirausahaan dengan sebesar 0,013 dan orientasi pasar dengan hasil sebesar 0,007 yang berarti masing-masing variabel berpengaruh kecil terhadap kinerja bisnis.

c) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dalam analisis PLS (*Partial Least Square*) menunjukkan besar pengaruh seluruh variabel eksogen terhadap endogen. Nilai koefisien determinasi pada model dengan 1 variabel eksogen dilihat dari nilai R^2 sedangkan untuk model dengan lebih dari 1 variabel eksogen, koefisien determinasi dilihat dari nilai *adjusted R^{Square}*.

Tabel 11
Hasil Koefisien Determinasi

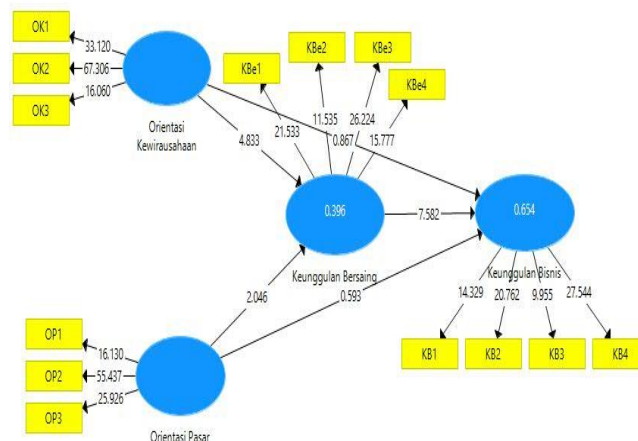
	R Square	Adjusted R Square
Keunggulan Bersaing	0.396	0.378
Kinerja Bisnis	0.654	0.638

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil *adjusted R^{Square}* pada tabel 4.6, menunjukkan bahwa nilai *adjusted R^{Square}* dari variable keunggulan bisnis sebesar 0,638. Bahwa perubahan variabel keunggulan bisnis dapat dijelaskan oleh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan keunggulan bersaing sebesar 64%, sedangkan sisanya sebanyak 36% dijelaskan oleh variabel selain orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan keunggulan bersaing. Selanjutnya menunjukkan bahwa perubahan variabel keunggulan bersaing dapat dijelaskan oleh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar sebesar 38%, sedangkan sisanya sebanyak 62% dijelaskan oleh variabel selain orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar.

6. Pengujian Hipotesis

Hasil estimasi model sebagai acuan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2
Hasil Estimasi Model PLS (*Bootstrapping*)
Sumber: Data Diolah, 2020

Sementara itu untuk hasil perhitungannya dapat dilihat berdasarkan pengaruh langsung.

Tabel 12
Pengaruh Langsung

	Koefisien Parameter	T Statistics	P Values
Keunggulan Bersaing -> Kinerja Bisnis	0.723	7.582	0.000
Orientasi Kewirausahaan -> Keunggulan Bersaing	0.484	4.833	0.000
Orientasi Kewirausahaan -> Kinerja Bisnis	0.087	0.867	0.387
Orientasi Pasar -> Keunggulan Bersaing	0.227	2.046	0.041
Orientasi Pasar -> Kinerja Bisnis	0.058	0.593	0.553

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel 12 dapat dilihat pengaruh dan signifikansi masing-masing variabel orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan keunggulan bersaing dengan melihat nilai koefisien parameter:

1. Besarnya koefisien parameter untuk variabel orientasi kewirausahaan sebesar 0,484 dan nilai p values 0,000 terhadap keunggulan bersaing. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada restoran dan rumah makan di Kabupaten Kendal. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik nilai – nilai orientasi kewirausahaan maka semakin tinggi keunggulan bersaing perusahaan. Hal ini mendukung hipotesis 1 dalam penelitian ini sehingga **hipotesis 1 diterima**.
2. Besarnya koefisien parameter untuk variabel orientasi pasar sebesar 0,227 dan nilai p values 0,041 terhadap keunggulan bersaing. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada restoran dan rumah makan di Kabupaten Kendal.
Hal ini menunjukkan bahwa suatu perusahaan dengan meningkatkan orientasi pasar maka akan semakin tinggi keunggulan bersaing. Hal ini mendukung hipotesa 2 dalam penelitian ini sehingga **hipotesa 2 diterima**.
3. Besarnya koefisien parameter untuk variabel orientasi kewirausahaan sebesar 0,087 dan nilai p values 0, 387 terhadap kinerja bisnis. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis pada restoran dan rumah makan di Kabupaten Kendal.

Hal ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan tidak memiliki dampak yang menimbulkan perubahan terhadap kinerja bisnis sehingga **hipotesa 3 ditolak**.

4. Besarnya koefisien parameter untuk variabel orientasi pasar sebesar 0,058 dan nilai p values 0,553 terhadap keunggulan bisnis. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel orientasi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bisnis pada restoran dan rumah makan di Kabupaten Kendal. Hal ini menunjukkan orientasi pasar tidak memiliki dampak yang menimbulkan perubahan terhadap kinerja bisnis sehingga **hipotesa 4 ditolak**.
5. Besarnya koefisien parameter untuk variabel keunggulan bersaing sebesar 0,723 dan nilai p values 0,000 terhadap kinerja bisnis. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada restoran dan rumah makan di Kabupaten Kendal. Hal ini menunjukkan bahwa **hipotesa 5 diterima**.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing

Kewirausahaan ini biasanya dilakukan oleh seseorang ataupun suatu kelompok yang terorganisir. Kewirausahaan biasanya dianggap sebagai pandangan dalam menciptakan pembaruan pada kinerja perusahaan. Orientasi kewirausahaan yang tinggi berfungsi untuk mengukur risiko secara optimal. Orientasi kewirausahaan yang dilakukan oleh restoran dan rumah makan mampu menciptakan inovasi sehingga dapat membuat produk/ barang/ jasa yang menarik/ unik dibanding dengan pesaing perusahaan tersebut. Sifat proaktif untuk mencari pasar berguna untuk mendapatkan pasar yang lebih luas ditengah persaingan yang semakin kompetitif. Hal tersebut didukung dengan penelitian [Yulianto dan Kusumadmo \(2012\)](#) yang meneliti tentang pengaruh orientasi kewirausahaan, kemampuan belajar, inovasi organisasi, pasar, dan fokus keunggulan bersaing berkelanjutan dimana hasil orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.

2. Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing

Orientasi Pasar adalah proses dari terciptanya *superior value* (nilai lebih) yang memberikan dan menghasilkan informasi pasar bagi konsumen (Bagas Prakosa, 2005:40). Hasil ini sesuai dengan penelitian dari [\(Narver & Slater, 1990\)](#), prinsip dasar dari orientasi pasar adalah bahwa setiap orang di rumah makan dan restoran harus dapat menyumbangkan keterampilan dan pengetahuan agar tercipta nilai yang lebih baik bagi pelanggan. [\(Porter, 1985\)](#) menyatakan bahwa orientasi pasar diperlukan untuk menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

3. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Bisnis

Kaya (2015) menyatakan bahwa perusahaan yang mampu membawa budaya kewirausahaan pada iklim usaha dengan persaingan yang ketat akan

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar sebagai Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Usaha

menunjukkan performa yang lebih baik. Tetapi orientasi kewirausahaan harus dapat disesuaikan dalam kondisi bisnis yang penuh ketidakpastian, karena apabila hal itu tidak dapat dilakukan maka budaya kewirausahaan tidak memiliki dampak pada perubahan kinerja bisnis pada restoran dan rumah makan, sehingga diperlukan pemahaman pada kondisi persaingan usaha yang semakin kompetitif.

4. Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis

Budaya organisasi yang efektif menciptakan perilaku sebagai nilai unggul bagi pembeli sehingga dalam bisnis tercipta kinerja unggul berkelanjutan disebut orientasi pasar (Narver & Slater, 1990); (Kaynak, E. dan Kara, 2004). Nilai superior bagi pelanggan akan tercipta oleh perusahaan yang berorientasi pasar (Reed, Lemak, & Mero, 2000), selanjutnya mengarah pada kinerja organisasi yang lebih baik. Sehingga penanggung jawab harus memiliki orientasi pasar dengan memahami persaingan dari pasar yang dituju dengan melakukan *segmenting*, *targeting* dan *positioning* sehingga berdampak pada keunggulan bisnis. Apabila pihak manajemen tidak mampu melakukannya maka berdampak pada keunggulan bisnis dari restoran dan rumah makan di Kabupaten Kendal.

5. Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Bisnis

Oleh karena itu, mengkombinasikan dimensi-dimensi pada orientasi kewirausahaan terhadap proses pada organisasi dapat berkontribusi dalam meningkatkan performa bisnis dan menambah keunggulan yang dimiliki perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis (Buli, 2017).

Kesimpulan

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebanyak lima hipotesis. Kesimpulan dari lima hipotesis tersebut adalah sebagai berikut: 1). Bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada restoran dan rumah makan di Kabupaten Kendal. Sehingga hipotesis 1 diterima, artinya bahwa orientasi kewirausahaan yang telah dilakukan oleh restoran dan rumah makan yang mengacu pada aktivitas, proses, dan praktek pembuatan keputusan yang mendorong pendatang baru., sehingga berdampak pada semakin meningkatnya keunggulan bersaing dari restoran dan rumah makan di Kabupaten Kendal. 2). Bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada restoran dan rumah makan di Kabupaten Kendal. Sehingga hipotesis 2 diterima, artinya bahwa proses dari terciptanya *superior value* (nilai lebih) yang memberikan dan menghasilkan informasi pasar bagi konsumen rumah makan dan restoran agar tercipta nilai yang lebih baik bagi pelanggan., sehingga berdampak pada peningkatan keunggulan bersaing. 3). Bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis pada restoran dan rumah makan di kabupaten Kendal. Sehingga hipotesis 3 ditolak, artinya bahwa orientasi kewirausahaan yang telah dilakukan oleh pihak manajemen restoran dan rumah makan tidak berdampak pada kinerja bisnis restoran dan rumah makan di Kabupaten Kendal. 4). Bahwa orientasi pasar tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis pada restoran dan rumah makan di

Kabupaten Kendal. Sehingga hipotesis 4 ditolak, artinya bahwa pihak manajemen tidak mampu melakukan tentang prinsip dari orientasi pasar maka berdampak pada kinerja bisnis dari restoran dan rumah makan di Kabupaten Kendal. 5). Bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bisnis pada restoran dan rumah makan di Kabupaten Kendal. Sehingga hipotesis 5 diterima, artinya bahwa keunggulan bersaing merupakan inti dari kinerja pemasaran untuk memenangkan persaingan dengan kompetitor yang ada oleh pihak restoran dan rumah makan maka akan berdampak pada peningkatan dari kinerja bisnisnya.

BIBLIOGRAFI

- Al-Mamary, Yaser Hasan, Alwaheeb, Mohammed A., Alshammari, Naif Ghazi M., Abdulrab, Mohammed, Balhareth, Hamad, & Soltane, Hela Ben. (2020). The effect of entrepreneurial orientation on financial and non-financial performance in Saudi SMES: a review. *Journal of Critical Reviews*, 7(14), 270–278. [Google Scholar](#)
- Buli, Bereket Mamo. (2017). Entrepreneurial orientation, market orientation and performance of SMEs in the manufacturing industry: Evidence from Ethiopian enterprises. *Management Research Review*. [Google Scholar](#)
- Frishammar, Johan, & Åke Hörte, Sven. (2007). The role of market orientation and entrepreneurial orientation for new product development performance in manufacturing firms. *Technology Analysis & Strategic Management*, 19(6), 765–788. [Google Scholar](#)
- Ghozali, Imam, & Latan, Hengky. (2015). Partial Least Squares, konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program Smartpls 3.0 untuk penelitian empiris. *Semarang: Badan Penerbit UNDIP*.
- Kaynak, E. dan Kara, A. (2004). Market orientation and organizational performance: A comparison of industrial versus consumer companies in mainland China using market orientation scale (MARKOR). *Industrial Marketing Management*, 33(8), 743–753. [Google Scholar](#)
- Mahmood, Rosli, & 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 (IJBS)*, 4(1), 82–90. [Google Scholar](#)
- Narver, John C., & Slater, Stanley F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20–35. [Google Scholar](#)
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press. 557 p. [Google Scholar](#)
- Reed, Richard, Lemak, David J., & Mero, Neal P. (2000). Total quality management and sustainable competitive advantage. *Journal of Quality Management*, 5(1), 5–26. [Google Scholar](#)
- Strandskov, Jesper. (2006). Sources of competitive advantages and business performance. *Journal of Business Economics and Management*, 7(3), 119–129. [Google Scholar](#)
- Urban, Boris, & Mothusiwa, Moshe. (2014). Planning flexibility and entrepreneurial orientation: a focus on SME performance and the influence of environmental perceptions. *Management Dynamics: Journal of the Southern African Institute for*

Copyright holder:

Rita Madiastuty (2022)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

