

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Keunggulan Bersaing, dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Seni Ukir di Banjar Puaya, Desa Batuan

I Komang Kesuma Natha⁽¹⁾

I Gede Putu Kawiana⁽²⁾

Putu Atim Purwaningrat⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾ Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia
E-mail: kesumanatha92@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of entrepreneurial orientation, competitive advantage and product innovation on marketing performance. Where the independent variables namely entrepreneurial orientation (X1), competitive advantage (X2) and product innovation (X3) affect marketing performance (Y) as the dependent variable. The population and respondents used in this study were the leaders of the UKM Carving in Banjar Puaya, Batuan Village. The samples taken amounted to 30 leaders. Data was collected through a questionnaire filled out by MSME leaders, then the data obtained was analyzed using multiple linear regression analysis, determination, t test and F test. The results of this study fully support the hypothesis put forward where this study shows that the entrepreneurial orientation variable (X1), competitive advantage (X2) and product innovation (X3) have a partial effect (Simple Regression Test and t Test) on marketing performance (Y). In the simultaneous test (Multiple Linear Regression Test and F Test) it was found that the two independent variables jointly affect the marketing performance variable (Y). Based on the results of the hypothesis test (F test) it was found that the F count was 8.999 compared to the f table value of 2.98. F count 8.999 > f table 2.98 then H₀ is rejected and accepts H_a, this means that the variables of entrepreneurial orientation (X1), competitive advantage (X2) and product innovation (X3) have a positive effect on the marketing performance of MSMEs Carving in Banjar Puaya, Village Rock. The R Square obtained is 50.9%, and the remaining 49.1% are other variables that have not been included in this study.

Keywords: *entrepreneurial orientation, competitive advantage, product innovation*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan, keunggulan bersaing dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran. Dimana variabel independen yaitu orientasi kewirausahaan (X₁), keunggulan bersaing (X₂) dan inovasi produk (X₃) mempengaruhi kinerja pemasaran (Y) sebagai variabel dependennya. Populasi dan responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemimpin UMKM Seni Ukir di Banjar Puaya, Desa Batuan. Sampel yang diambil berjumlah 30 orang pemimpin. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diisi oleh pemimpin UMKM, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, determinasi, uji t dan uji F. Hasil penelitian ini sepenuhnya mendukung hipotesis yang diajukan dimana penelitian ini menunjukkan bahwa

variabel orientasi kewirausahaan (X_1), keunggulan bersaing (X_2) dan inovasi produk (X_3) berpengaruh secara parsial (Uji Regresi Sederhana dan Uji t) terhadap kinerja pemasaran (Y). Pada uji simultan (Uji Regresi Linier Berganda dan Uji F) didapatkan bahwa kedua variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variable kinerja pemasaran (Y). Berdasarkan hasil uji hipotesis (Uji F) didapatkan F hitung sebesar 8,999 dibandingkan dengan nilai f tabel sebesar 2,98. F hitung $8,999 > f$ tabel 2,98 maka H_0 ditolak dan menerima H_a , ini berarti bahwa variabel orientasi kewirausahaan (X_1), keunggulan bersaing (X_2) dan inovasi produk (X_3) berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran UMKM Seni Ukir Di Banjar Puaya, Desa Batuan. R Square yang didapat adalah sebesar 50,9%, dan sisanya 49,1% adalah variabel lain yang belum ikut dimasukkan ke dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *orientasi kewirausahaan, keunggulan bersaing, inovasi produk*

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu solusi yang dapat mengatasi masalah kesenjangan ekonomi yang ada di Indonesia sekaligus mampu mengatasi atau mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. Pelaku UMKM harus mulai berpikir kreatif dan inovatif agar senantiasa selalu menarik konsumen baik itu dari segi produk yang harus mengikuti perkembangan atau dari segi sikap dan pelayanan. Khususnya Gianyar dan di Bali pada umumnya UMKM bergerak dari berbagai macam bidang. UMKM Gianyar kebanyakan bergerak dibidang kesenian yang menjadi tonggak perekonomian di Gianyar diluar pariwisata. Untuk meningkatkan UMKM maka diperlukan kinerja pemasaran yang baik.

Menurut Ferdinand (2000) menyatakan bahwa kinerja pemasaran merupakan faktor yang sering kali digunakan untuk mengukur dampak dari strategi yang diterapkan perusahaan. Menurut Ferdinand (2000) juga strategi perusahaan selalu diarahkan untuk menghasilkan kinerja pemasaran yang baik dan juga kinerja keuangan yang baik juga menyatakan bahwa kinerja pemasaran yang baik dinyatakan dalam tiga besaran utama nilai, yaitu nilai penjualan, pertumbuhan penjualan, dan porsi pasar.

Menurut Jaworski (2009), orientasi kewirausahaan merupakan budaya perusahaan yang bisa membawa pada meningkatnya kinerja pemasaran. Orientasi kewirausahaan sebagai budaya organisasi yang paling efektif dan efisien untuk menciptakan perilaku-perilaku yang dibutuhkan untuk menciptakan superior value bagi pembeli dan menghasilkan superior performance bagi perusahaan. Perusahaan yang telah menjadikan orientasi kewirausahaan sebagai budaya organisasi akan berdasar pada kebutuhan dasar eksternal, keinginan dan permintaan pasar sebagai dasar dalam penyusunan strategi bagi masing-masing unit bisnis dalam organisasi, dan menentukan keberhasilan perusahaan.

Menurut Kotler (2005) keunggulan bersaing adalah keunggulan atas pesaing yang didapatkan dengan menyampaikan nilai pelanggan yang lebih besar, melalui harga yang lebih murah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang sesuai dengan penetapan harga yang lebih tinggi.

Inovasi produk menurut Dewanto (2014) merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun belum juga produk lama yang telah mencapai titik jenuh dipasaran, diperlukan sebuah inovasi untuk mengganti produk lama tersebut. Penggantian ini dapat berupa produk pengganti yang secara total baru atau dengan perkembangan produk lama yang lebih modern dan *up to date*, sehingga dapat terus meningkatkan keinginan konsumen dalam keputusan pembelian produk tersebut.

Melihat kurun waktu beberapa tahun kebelakang UMKM kesenian di Gianyar mengalami banyak penurunan, terutama UMKM kesenian di Banjar Puaya adalah satu wilayah yang ada di Gianyar yang bergerak dibidang seni ukir. Menurut penuturan masyarakat seni yang berada diwilayah Banjar Puaya sudah diwariskan secara turun-termurun dan memiliki pakem tersendiri. Masih kurangnya pemahaman pelaku usaha mengenai orientasi kewirausahaan, keunggulan bersaing, Inovasi produk seringkali menyebabkan rendahnya kinerja pemasaran yang dilakukan.

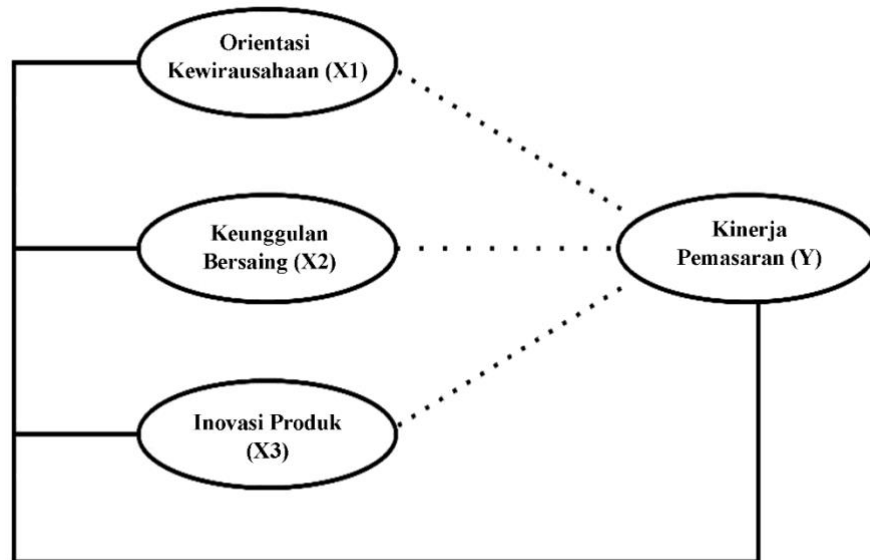
Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fibriyani (2020), M. Khairul (2017), Lintang (2022) dan Hasanah (2018) menemukan bahwa variabel orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran artinya bahwa semakin baik pemahaman tentang orientasi kewirausahaan, keunggulan bersaing, dan inovasi produk maka semakin meningkat kinerja pemasaran. Maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H1: Orientasi kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.
- H2: Keunggulan bersaing secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.
- H3: Inovasi produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.
- H4: Orientasi kewirausahaan, keunggulan bersaing dan inovasi produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Usaha UMKM Seni Ukir Banjar Puaya tepatnya di Banjar Puaya, Desa Batuan, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Metode pemilihan sampel

yang akan digunakan adalah metode sampel jenuh (sensus) dengan Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 pemimpin UMKM Seni Ukir. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, Studi Pustaka, dan kuisioner. Uji instrumen data yang digunakan adalah Uji Validitas, Reabilitas. dan teknik analisis data yang digunakan adalah Asumsi Klasik, Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi, Uji t dan Uji F. Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa masing-masing indikator memiliki nilai koefisien korelasi $> 0,361$ sehingga masing-masing indikator untuk variabel Orientasi Kewirausahaan (X₁), Keunggulan Bersaing (X₂), Inovasi Produk (X₃), dan Kinerja Pemasaran (Y) dinyatakan valid. Dan berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat diketahui bahwa instrumen penelitian variabel Orientasi Kewirausahaan (X₁), Keunggulan Bersaing (X₂), Inovasi Produk (X₃), dan Kinerja Pemasaran (Y) dinyatakan reliabel karena memiliki nilai reliabilitas lebih besar dari 0,361. Hal ini menunjukkan bahwa pengukuran tersebut dapat memberi hasil yang konsisten, apabila dilakukan pengukuran kembali pada subjek yang sama. Model regresi berdistribusi normal, dan tidak terdapat tanda-tanda multikolinearitas atau heteroskedastisitas, sesuai dengan asumsi klasik.

Tabel 1. Koefisien determinasi (R^2)

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .714 ^a | .509 | .453 | 1.721 |

a. Predictors: (Constant), x3x1x2

Sumber : data diolah, 2023

Berdasarkan hasil penelitian regresi diatas dapat dilihat nilai R^2 sejumlah 0,509 yang berarti variabel independen memberikan kontribusi terhadap variabel dependen sebanyak 50,9% . Sedangkan sisanya 49,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum dimasukkan ke dalam penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Uji t

| Coefficiens ^a | | | | | | |
|--------------------------|----------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| | | B | Std. Error | Beta | t | Sig |
| 1 | (Constant) | 3.884 | 4.589 | | 2.846 | .000 |
| | X1_Orientasi_Kewirausahaan | .281 | .175 | .239 | 2.066 | .001 |
| | X2_Keunggulan_Bersaing | .229 | .141 | .256 | 2.631 | .002 |
| | X3_Inovasi_Produk | .571 | .160 | .563 | 3.572 | .001 |

a. Dependent Variable: Y_Kinerja_Pemasaran

Sumber: Data Diolah, 2023

1. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran di UMKM Seni Ukir Banjar Puaya, Desa Batuan

Pengujian variabel orientasi kewirausahaan (X_1) terhadap kinerja pemasaran menyatakan nilai Sig orientasi kewirausahaan $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,066 > t$ tabel $2,055$ maka hipotesis H_0 ditolak dan menerima hipotesis H_a , artinya secara parsial variabel orientasi kewirausahaan (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kinerja pemasaran (Y).

2. Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran di UMKM Seni Ukir Banjar Puaya, Desa Batuan

Pengujian variabel keunggulan bersaing diketahui nilai Sig keunggulan bersaing (X_2) sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,631 > t$ tabel $2,055$ maka hipotesis H_0 ditolak, artinya menerima hipotesis H_a , yaitu secara parsial variabel keunggulan bersaing (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kinerja pemasaran (Y).

3. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Di UMKM Seni Ukir Banjar Puaya, Desa Batuan

Pengujian variabel inovasi produk diketahui nilai Sig inovasi produk (X_3) sebesar $0,001 < 0.05$ dan nilai t hitung $3,572 > t$ tabel $2,055$ maka hipotesis H_0 ditolak, artinya menerima hipotesis H_a , yaitu secara parsial variabel inovasi produk (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kinerja pemasaran (Y).

Tabel 3. Hasil Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig |
| 1 | Regression | 79.960 | 3 | 26.653 | 8.999 | .000 ^b |
| | Residual | 77.007 | 26 | 2.962 | | |
| | Total | 156.967 | 29 | | | |

a. Dependent Variable: Y_Kinerja_Pemasaran

b. Predictor:(Constant), X3_Inovasi_Produk, X1_Orientasi_kewirausahaan, X2_Keunggulan_Bersaing

Sumber : data diolah, 2023

4. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Pengaruh Keunggulan Bersaing, Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Di UMKM Seni Ukir Banjar Puaya, Desa Batuan

Berdasarkan gambar hasil Uji F didapat F hitung lebih besar dengan nilai nominal 8,999 bila dibandingkan dengan F Tabel dengan nominal sebesar 2,98, dan Sig uji F $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Ini berarti bahwa orientasi kewirausahaan, keunggulan bersaing dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kinerja pemasaran.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan yaitu Orientasi Kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kinerja Pemasaran, Variabel Keunggulan Bersaing secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kinerja Pemasaran, Inovasi Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kinerja Pemasaran dan Orientasi Kewirausahaan, Keunggulan Bersaing dan Inovasi Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kinerja Pemasaran UMKM Seni Ukir Di Banjar Puaya, Desa Batuan.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan makan saran yang dapat diberikan adalah perusahaan harusnya berani dalam mengambil resiko seperti penambahan permodalan untuk

membangun atau memperluas toko agar konsumen tertarik dan minat untuk datang, perusahaan sanggup dalam membuat variasi produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari semua kalangan yang ada, perusahaan dapat mengembangkan dan menciptakan produk baru dengan cara mengetahui kebutuhan pelanggan, dan perusahaan harus meningkatkan pertumbuhan penjualan dengan cara memperluas target pasar, hal tersebut bisa dilakukan dengan cara meningkatkan promosi agar semakin banyak orang mengetahui bisnis yang dikelola dan produk baru yang telah diciptakan.

Daftar Pustaka

- Amrulloh, F. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus UMKM Kerajinan Logam di Kabupaten Tegal). *Diponegoro Journal Of Sosial and Political Science*, 1–12.
- Aulia, R., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Meningkatkan Kinerja Pemasaran melalui Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 27–38. <https://doi.org/10.30596/jimb.v20i1.2397>
- Haji, S. (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing. *Samsul Haji Arifin Rois*, 83–95.
- Image, B., Mediasi, S., Promosi, P., Dan, H., Konsumen, S., Keputusan, T., & Jamu, P. (2015). *Pengaruh Orientasi Pelanggan dan Orientasi K.* 4(3), 265–272.
- Kotler, P. and G. A. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid1* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P. dan K. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13 Jilid 1). Erlangga.
- Kotler Philip dan Kevin L. Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 14, Global Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Mujahidah, R. M., & Wiwoho, G. (2021). Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran dengan Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(5), 960–975. <https://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/article/view/946>
- Pattipeilohy, V. R. (2018). Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing: Pengaruhnya terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Usaha Nasi Kuning di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon). *Jurnal Maneksi*, 7(1), 66. <https://doi.org/10.31959/jm.v7i1.78>
- Setyawati, H. A. (2013). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan DAN Orientasi PASAR Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing DAN Persepsi Ketidakpastian LINGKUNGAN Sebagai Prediksi Variabel Moderasi (Survey pada UMKM Perdagangan di Kabupaten Keibumein). *Fokus Bisnis : Meidia Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 12(2), 20–32. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v12i2.3>
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Administratif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Wayan, N., & Nirmala, P. (2017). INDUSTRI KAIN ENDEK Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia ABSTRAK Era globalisasi yang terjadi belakangan ini merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari , dan merupakan salah satu faktor meningkatnya perkembangan p. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(9), 5144–5174.

- Wirawan, Y. R. (2017). Pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran UMKM batik di Kabupaten Jombang. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 5(1), 56. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v5i1.1006>
- Witjaksono, H. P. (2014). Analisis Orientasi Kewirausahaan Dan Sumber Daya Internal Perusahaan Terhadap Kinerja Melalui Keunggulan Bersaing (Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Furniture KabupatenJepara). *Jurnal Bisnis Strategi*, 23(1), 82–110.