

Strategi Pendekatan Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Pembelajaran Organisasi dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Makanan Halal Khas Cirebon

Rahmi Yuliana , Maduretno Widowati
STIE Bank BPD Jateng , STIE Pelita Nusantara
rahmiyuliana26@gmail.com
maduretno16@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to examine the effect of entrepreneurial orientation, market orientation and organizational learning on the quality of strategic assets, and also the effect of the quality of strategic assets on the performance of the Cirebon halal food SMEs. This research was conducted on the Cirebon Typical Halal Food UMKM, the respondents used were 200 respondents. The data was processed using Structural Equation Modeling (SEM) with the help of the Analysis of Moment Structure (AMOS) program version 23.0. Based on the results of the analysis, it can be concluded that the effect of entrepreneurial orientation on strategic asset quality shows a CR value of -0.338 and with a probability of 0.735, testing the effect of entrepreneurial orientation on business performance shows a CR value of 2.499 and with a probability of 0.012, market orientation towards strategic asset quality shows a CR value. of 2.344 and with a probability of 0.035, market orientation to business performance shows a CR value of 2.362 and with a probability of 0.031, testing organizational learning on strategic asset quality shows a CR value of 4.881 and with a probability of 0.001., testing the effect of organizational learning on business performance shows a CR value of 1.351 and with a probability of 0.177, the effect of strategic asset quality on business performance shows a CR value of 2.067 and a probability of 0.039.

Kata Kunci : Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Pembelajaran Organisasional, Kualitas Aset stratejik, Kinerja Bisnis

1. PENDAHULUAN

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA/AEC, *ASEAN Economic Community*) yang dilaksanakan pada tahun 2015 akan memunculkan persaingan yang tak terhindarkan di dalam dunia bisnis. Dengan adanya persaingan maka masyarakat harus menyiapkan persiapan yang dapat menciptakan peluang yang didukung dengan adanya kewirausahaan yang mumpuni. Kewirausahaan adalah proses melakukan sesuatu yang baru dan atau berbeda untuk menciptakan kesejahteraan bagi dirinya sendiri dan nilai

tambah bagi masyarakat (Kao,Kao & Kao, 2002). Kewirausahaan juga dapat didefinisikan sebagai proses penciptaan nilai dengan menggunakan serangkaian sumber daya unik untuk mendapatkan atau mengeksploitasi sebuah peluang (Morris & Lewis, 1995). Proses kewirausahaan mempunyai komponen sikap dan perilaku. Sikap berkenaan dengan kemauan seorang individu atau organisasi untuk merengkuh peluang-peluang baru dan untuk mengambil tanggungjawab untuk mempengaruhi perubahan yang kreatif.

Penelitian ini diaplikasikan pada sektor UKM yang mempunyai lingkungan yang dinamis penuh ketidakpastian (seperti pesaing, pelanggan, supplier, regulator, dan asosiasi usaha) dan intensitas persaingan yang tinggi (seperti harga, produk, teknologi, distribusi, sdm, dan bahan mentah, dalam Rahayu, 2009) serta membutuhkan kemampuan manajemen yang baik.

Peran Usaha Mikro dan Kecil memiliki kontribusi besar terhadap ekonomi dan pembangunan Indonesia. Sektor ini telah terbukti tangguh, ketika terjadi krisis ekonomi tahun 1998, hanya sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang bertahan dari kekeruntuhan ekonomi. UKM memiliki peran strategis menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat dan menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya (Perminas pangeran,2011). Kegagalan konglomerasi pembangunan ekonomi yang bertumpu pada konglomerasi usaha besar telah mendorong para perencana ekonomi untuk mengalihkan upaya pembangunan bertumpu pada pemberdayaan usaha kecil menengah.

Sektor ekonomi di Indonesia merupakan sektor yang paling banyak kontribusinya terhadap penciptaan kesempatan kerja dan sumber pendapatan khususnya di daerah pedesaan yang memiliki pendapatan yang rendah. Usaha Kecil Menengah (UKM) yang merupakan salah satu komponen dari sektor industri pengolahan, secara keseluruhan mempunyai andil yang sangat besar dalam menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat. Bahkan “UKM dinilai mempunyai karakter yang kuat dan daya tahan yang relatif tinggi terhadap gejolak krisis” kata Halim Alamsyah (Deputi Gubernur BI, infobank, 2012 No:394:68).

Masalah dalam penelitian ini karena adanya research gap yaitu: (1) orientasi kewirausahaan dinyatakan berpengaruh positif terhadap kualitas aset strategik oleh Herath dan Mahmood, (2013), namun dinyatakan berpengaruh negatif terhadap aset stratijik (Mahfooz et al., 2000), (2) pengaruh pembelajaran organisasional dinyatakan berpngraruh positif terhadap kualitas aset strategik oleh Pujilistyani (2008) dan Wijayanto (2008) namun dinyatakan tidak berpengaruh oleh Sudharatna dan Li (2004), (3) orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis menurut Wilkund dan Shepred (2005) dan dinyatakan tidak berpengaruh menurut Slater dan Naver (2000), (4) pembelajaran organisasional dinyatakan berpengaruh positif terhadap kualitas aset strategik oleh Skrinjar et al., (2007), namun dinyatakan berpengaruh negatif terhadap aset strategik (Chandler dan Hanks, 1994); (5) Kualitas Aset strategik dinyatakan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis oleh Muharram dan Samad, (2015), namun dinyatakan berpengaruh negatif terhadap kinerja bisnis (Chandler dan Hanks, 1994). Berdasarkan uraian sebagaimana dijelaskan pada latar belakang diatas dan *research gap*, sehingga yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana membangun aset strategik dengan orientasi kewirausahaan, dan pembelajaran organisasi untuk meningkatkan kinerja bisnis pada UKM Batik Semarang.

2. METODE PENELITIAN

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Indriantoro dan Supomo, 1999). Untuk penelitian ini populasi yang digunakan adalah pemilik UKM pengelola makanan halal khas Kota Cirebon dan Kabupaten Cirebon sebanyak 200. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan beberapa pertimbangan tertentu. Hair et al. 1995 (dalam Ferdinand, A T., 2002 hal 47) menemukan bahwa untuk model SEM, ukuran sampel yang sesuai adalah antara 100-200. Bila ukuran sampel terlalu besar, misalnya saja 400, maka metode menjadi sangat sensitive. Sampel merupakan bagian terkecil dan adanya karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 1999). Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik secara nonprobabilitas, penarikan sampel secara nonprobabilitas dengan cara sensus. Dengan metode ini peneliti menggunakan populasi seluruhnya sebagai sampel dikarenakan jumlah populasi yang relatif sedikit untuk ukuran dalam model SEM. Analisis data menggunakan pengujian validitas. Pengujian validitas dapat digunakan untuk melihat sejauh mana adanya ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur yang dapat dipercaya. Pengujian validitas ini menggunakan analisa faktor. Suatu alat ukur dikatakan valid jika *Corrected item total correlation* lebih besar atau sama dengan 0,4 (Singgih Santoso, 2000). Uji reliabilitas merupakan uji yang tujuannya untuk mengetahui sebuah alat ukur dapat diandalkan atau dipercaya. Pengujian reliabilitas terhadap seluruh pertanyaan yang dipergunakan pada penelitian ini akan menggunakan formula cronbach alpha (koefisien alfa cronbach), secara umum yang dianggap reliabel apabila nilai alfa cronbachnya $> 0,6$. Uji SEM (*Structural Equation Modelling*) suatu penelitian membutuhkan analisis data dan interpretasi yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dalam mengungkap fenomena sosial tertentu. Metode yang dipilih untuk menganalisis data harus sesuai dengan pola penelitian dan variabel yang akan diteliti. Pada penelitian ini The Structural Equation Modelling (SEM) dari paket software statistik AMOS digunakan dalam pengembangan model dan pengujian hipotesis. Sebagai sebuah model persamaan struktur, AMOS telah sering digunakan dalam penelitian manajemen pemasaran dan manajemen stratejik. Model kausal AMOS menunjukkan pengukuran dan masalah yang struktural dan digunakan untuk menganalisis serta menguji hipotesis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kualitas aset stratejik menunjukkan nilai CR sebesar -0,338 dan dengan probabilitas sebesar 0,735. Kedua nilai tersebut diperoleh tidak memenuhi syarat untuk penerimaan H1 yaitu nilai CR sebesar -0,338 yang lebih kecil dari 1,96 dan probabilitas 0,735 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh positif terhadap kualitas aset stratejik.

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis menunjukkan nilai CR sebesar 2,499 dan dengan probabilitas sebesar 0,012. Kedua nilai tersebut diperoleh memenuhi syarat untuk penerimaan H2 yaitu nilai CR sebesar 2,499 yang lebih besar dari 1,96 dan probabilitas 0,012 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis.

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh orientasi pasar terhadap kualitas aset stratejik menunjukkan nilai CR sebesar 2,344 dan dengan probabilitas sebesar 0,035.

Kedua nilai tersebut diperoleh memenuhi syarat untuk penerimaan H3 yaitu nilai CR sebesar 2,344 yang lebih besar dari 1,96 dan probabilitas 0,035 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kualitas aset strategik.

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja bisnis menunjukkan nilai CR sebesar 2,362 dan dengan probabilitas sebesar 0,031. Kedua nilai tersebut diperoleh memenuhi syarat untuk penerimaan H4 yaitu nilai CR sebesar 2,362 yang lebih besar dari 1,96 dan probabilitas 0,031 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis

Parameter estimasi untuk pengujian pembelajaran organisasional terhadap kualitas aset strategik menunjukkan nilai CR sebesar 4,881 dan dengan probabilitas sebesar 0,001. Kedua nilai tersebut diperoleh memenuhi syarat untuk penerimaan H5 yaitu nilai CR sebesar 4,881 yang lebih besar dari 1,96 dan probabilitas 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan pembelajaran organisasional berpengaruh terhadap kualitas aset strategik.

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh pembelajaran organisasional terhadap kinerja bisnis menunjukkan nilai CR sebesar 1,351 dan dengan probabilitas sebesar 0,177. Kedua nilai tersebut diperoleh tidak memenuhi syarat untuk penerimaan H6 yaitu nilai CR sebesar 1,351 yang lebih kecil dari 1,96 dan probabilitas 0,177 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan pembelajaran organisasional tidak berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis.

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh kualitas aset strategik terhadap kinerja bisnis menunjukkan nilai CR 2,067 sebesar dan dengan probabilitas sebesar 0,039. Kedua nilai tersebut diperoleh memenuhi syarat untuk penerimaan H7 yaitu nilai CR sebesar 2,067 yang lebih besar dari 1,96 dan probabilitas 0,039 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan kualitas aset strategik berpengaruh terhadap kinerja bisnis

DAFTAR PUSTAKA

- Barney, J.B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17; 99-120.
- Barney, J.B. (2004). Is the resource-based “view” a useful perspective for strategic management research? Yes. *Academy of Management Review*, 26, 41-56
- Bharadwaj, S. G., Varadarajan, P. R., and Fahy, J., 1993, “Sustainable Competitive Advantage in Services Industries: A Conceptual Model and Research Propositions”, **Journal of Marketing**
- Chen, Cheng-Nan, 2007, The Relation among Social Capital, Entrepreneurial Orientation, Organizational Resources and Entrepreneurial Performance for New Ventures, Contemporary Management Research, National Cheng Kung University.
- Droge, Cornelia & Shownee Vickrey. (1994). “ Source and Outcomes of Competitive Advantage: An Explanory Study in The Furniture Industry”. **Decision Sciences**. p.669-689.

- Djodjobo, Cynthia Vanessa dan Tawas, Hendra N., 2014, “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado”, **Jurnal EMBA**, Vol. 2, No. 3
- Elu, Wilfridus B, 2002, *Manajemen Strategis Berbasis-Kompetensi: Pendekatan Integratif Dalam Membangun Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan*, STIE Perbanas Jakarta
- Frank, H., Kessler, A., and Fink, M., 2010, “Entrepreneurial Orientation and Business Performance – A Replication Study”, **Schmlenbach Business Review**
- Ferdinand, Augusty. (2000). “Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategy”. **Research Paper Series**. No.01 Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. 2002, *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ginsberg, A. (1985). Measuring changes in entrepreneurial orientation following industry deregulation: The development of a diagnostic instrument. *Proceedings of the International Council of Small Business*, 50-57.
- Gray, B.J., Matear S. & Matheson P.K., 2002, “Improving Service Firm Performance”, **Journal of Service Marketing**, Vol. 16, No. 3
- Hughes, M., & Morgan, R. E. (2007). "Deconstructing the Relationship between Entrepreneurial Orientation and Business Performance at the Embryonic Stage of Firm Growth". *Industrial Marketing Management*, Vol. 36, 651-661.
- Indriantoro, Nur & Supomo. (1999). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. BPFE. Yogyakarta.
- Kotler Philip, 2000, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat.
- Raju, 2002, “ The impact of service quality and marketing on financial performance in the hospital industry: an empirical examination”, *Journal of Retailing and Consumer Service* 9 334-348.
- Sekaran, Uma. 1992. *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*, Second Edition, John Willey & Sons, Inc. New York
- Kao, R. W. Y., Kao, K. R., & Kao, R. R. (2002). *Entrepreneurism: A philosophy and a sensible alternative to the market economy*. London: Imperial College Press.
- Koh, Hian Chye. (1997). “Testing Hypothesis of Entrepreneurial Characteristics: A Study of Hongkong MBA Students”. **Journal of Managerial Psychology**. p.1-11.
- Kohli, A.K. & Jaworski, B.J., 1990, “Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications”, **Journal of Marketing**, 54