

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN MELALUI KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (SURVEY PADA UKM PANGAN DINAS PERINDAGTAMBEN KOTA PADANG)

Mega Usvita

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pasaman Simpang Empat Pasaman Barat
Jln. Pujarahayu Ophir, 26368. Email : megausvita@yahoo.com

Diterima 1 Desember 2014

Disetujui 30 Desember 2014

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk melihat bagaimana Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar mempengaruhi Kinerja Perusahaan dan melihat pula apakah Keunggulan Bersaing berperan sebagai variabel intervening. Dari hasil penelitian ini didapatkan variabel orientasi kewirausahaan (X_1) dan Orientasi Pasar (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan (Y) dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Variabel Keunggulan Bersaing (I) sebagai variabel intervening berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan (Y) dengan tingkat signifikannya sebesar 0,002. Besarnya pengaruh Orientasi Kewirausahaan (X_1) dan Orientasi Pasar (X_2) terhadap Kinerja Perusahaan (Y) adalah 0,543 ($R^2 = 54,3$). Berarti dapat diinterpretasikan bahwa variabel Keunggulan Bersaing (I) memediasi secara parsial hubungan antara variabel Orientasi Kewirausahaan (X_1) dan Orientasi Pasar (X_2) terhadap Kinerja Perusahaan (Y).

Kata Kunci : Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Kinerja Perusahaan, Keunggulan Bersaing

PENDAHULUAN

Persaingan di dunia usaha semakin lama semakin meningkat, salah satu langkah strategis dalam rangka mengatasi masalah ketimpangan ekonomi dan kesenjangan sosial yang dapat dilakukan adalah dengan mengembangkan Usaha Kecil Menengah (UKM). UKM memiliki karakteristik antara lain : menggunakan teknologi sederhana dan menyerap tenaga kerja sehingga dapat mewujudkan pemerataan kesempatan berusaha dan pemerataan pendapatan. Di samping itu, UKM juga membantu meningkatkan perekonomian dan pendapatan daerah.

Menurut Kuncoro (2007) ada empat kebiasaan yang sudah membudaya yang dimiliki oleh kebanyakan UKM di Indonesia yaitu (1) ketiadaan pembagian tugas dan delegasi yang jelas antara administrasi dan operasional. Buktinya, kebanyakan usaha kecil di kelola tanpa sistem yang jelas. Ini terjadi karena pengelolaan merangkap juga sebagai pemilik. Akibatnya, pengelolaan perusahaan juga sering memanfaatkan tenaga kerja dari keluarga dan kerabat terdekat dengan mengabaikan mekanisme dan kompetensi pekerjaan. (2) Kurangnya kerjasama dengan lembaga-lembaga keuangan yang mengakibatkan UKM lebih cenderung menggantungkan

pembiayaan usahanya dengan modal sendiri atau sumber-sumber lain, seperti, keluarga, kerabat, pedagang, perantara atau rentenir. (3) Sebagian besar pelaku usaha belum memiliki status badan hukum yang karena nya mereka sulit mendapatkan pengakuan dari asosiasi. Padahal, keikutsertaan dalam asosiasi banyak memberi manfaat bagi mereka. Hal ini akan berdampak terhadap menurunnya produktifitas dan kinerja bagi UKM sendiri.

Porter (2007) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam market place yang sama. Sementara itu, menurut Gosselin (2005), bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara orientasi kewirausahaan yang ditetapkan dengan kinerja perusahaan.

Orientasi kewirausahaan diyakini memiliki hubungan langsung dengan orientasi pasar menemukan bahwa orientasi kewirausahaan mendorong orientasi pasar, sehingga semakin besar tingkat orientasi kewirausahaan, semakin besar tingkat orientasi pasar.

Menurut Kohli dan Jaworski (1990), orientasi pasar merupakan budaya perusahaan yang bisa membawa pada meningkatnya kinerja pemasaran. Naver dan Slater (1990)

mendefinisikan orientasi pasar sebagai budaya organisasi yang paling efektif dan efisien untuk menciptakan perilaku-perilaku yang dibutuhkan untuk menciptakan superior performance bagi perusahaan. Perusahaan yang telah menjadikan orientasi pasar 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 Nerver dan Slater (1990) mengemukakan temuan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran.

Bagi Porter (2008), keunggulan bersaing hanya dapat diraih melalui upaya curah-gagas tentang desain dan strategi yang terus menerus untuk dapat mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus. Dengan begitu, perusahaan dapat mendominasi pasar lama dan baru.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan dengan keunggulan bersaing sebagai variabel intervening (survey pada UKM Pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang)”**.

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan survey pada UKM pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang ?
2. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja perusahaan survey pada UKM pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang ?
3. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing survey pada UKM pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang ?
4. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap keunggulan bersaing survey pada UKM pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang ?
5. Apakah Keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja perusahaan survey pada UKM pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang ?
6. Apakah keunggulan bersaing memediasi hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja perusahaan survey pada UKM pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang ?

7. Apakah keunggulan bersaing memediasi hubungan antara orientasi pasar dengan kinerja perusahaan survey pada UKM pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang ?

BAHAN DAN METODE

Jenis Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini maka desain penelitian ini merupakan pengujian hipotesis. Menurut Sekaran (2006) bahwa studi yang termasuk dalam pengujian hipotesis biasanya menjelaskan sifat hubungan tertentu, atau menentukan perbedaan antar kelompok atau kebebasan (independensi) dua atau lebih faktor dalam suatu situasi. Jadi penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan dengan keunggulan bersaing sebagai variabel intervening.

Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di kota Padang dengan objek penelitian adalah semua pelaku usaha kecil menengah pangan yang ada di kota Padang.

Populasi dan Sampel

Sebelum menarik sampel dari penelitian ini maka penulis terlebih dahulu menentukan populasi yang merupakan objek dari penelitian. Menurut Sekaran (2006) populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Nilai karakteristik yang berlainan tersebut selanjutnya ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha kecil dan menengah pangan yang berada di Kota Padang yang berjumlah 750 usaha.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono : 2008). Untuk pengambilan jumlah sampel, peneliti merujuk *Sample Size for a Given Population Size* (Sekaran, 2006) dimana jumlah populasi 750 dengan penetapan jumlah sampel adalah 254 usaha.

Untuk anggota populasi infinit atau populasi yang jumlah identitas anggota populasinya tidak diketahui maka metode yang digunakan adalah non probabiliti sampling dengan teknik penarikan sampel menggunakan *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan saja (*accidental sampling*), anggota populasi yang ditemui peneliti dan bersedia menjadi responden di jadikan sampel.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Sumber data primer, yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari sumber penelitian atau

lapangan yang diperoleh melalui pengamatan dan pencatatan secara cermat melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku usaha kecil dan menengah pangan kota Padang. Data ini merupakan jawaban responden yang akan dianalisis secara sistematis. Sumber data sekunder, penelitian meliputi berbagai keterangan yang diperoleh berdasarkan literatur-literatur maupun dokumentasi yang menunjukkan penelitian ini.

Pengujian Instrumen

Sebelum instrumen digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan maka dilakukan terlebih dahulu pengujian instrumen untuk mendapatkan butir-butir pernyataan yang sah/valid dan handal/reliabel secara empiris. Dengan menggunakan SPSS versi 16.

Uji Asumsi Klasik

Setelah data terkumpul selanjutnya dilakukan analisis data dengan menggunakan uji normalitas, uji linearitas, uji heteroskedastisitas dan multikolinearitas.

Analisis Regresi

Analisis regresi yang digunakan adalah linear sederhana untuk melihat hubungan antara variabel X dengan Y, regresi linear berganda digunakan untuk melihat hubungan variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y dan analisis regresi bertingkat (*Hierarchical Regression Analysis*) merupakan teknik statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel mediasi (keunggulan bersaing) terhadap hubungan antara variabel bebas (orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar) dan variabel terikat (kinerja perusahaan), Baron Kenny (1986).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Sebelum melangkah ke penelitian maka perlu dilakukan uji instrumen terlebih dahulu dari

kuesioner. Uji Instrumen ini dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar merupakan instrumen yang valid dan reliabel.

Berdasarkan hasil pengolahan menunjukkan bahwa setiap indikator telah memenuhi syarat validitas, karena semua indikator berada di atas nilai 0,30. Selain valid, alat ukur juga harus memiliki kehandalan atau reliabel, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh). Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas Orientasi kewirausahaan, Orientasi Pasar, Kinerja perusahaan dan keunggulan bersaing menunjukkan reliabel karena *cronbach's alpha* di atas 0,70.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan uji regresi linear berganda, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik dimana uji asumsi klasik ini merupakan persyaratan yang harus terpenuhi dalam uji regresi linear berganda. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, linearitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan persyaratan penting yang harus terpenuhi dalam analisis jalur. Bila data yang dianalisis tidak berdistribusi normal, maka analisis regresi tidak dapat terpenuhi. Menurut Singgih (2000), uji normalitas berpedoman pada uji Kolmogorov yaitu :

- Jika nilai signifikan $< 0,05$ (taraf kepercayaan 95%) distribusi adalah tidak normal.
- Jika nilai signifikan $> 0,05$ (taraf kepercayaan 95%) distribusi adalah normal

Hasil perhitungan uji normalitas dapat pada tabel dibawah ini :

| No | Variabel | Sig | Alpha | Keterangan |
|----|-----------------------------------|-------|-------|------------|
| 1. | Orientasi Kewirausahaan (X_1) | 0,091 | 0,05 | Normal |
| 2. | Orientasi Pasar (X_2) | 0,072 | 0,05 | Normal |
| 3. | Kinerja Perusahaan (Y) | 0,110 | 0,05 | Normal |
| 4. | Keunggulan Bersaing (I) | 0,083 | 0,05 | Normal |

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berguna untuk menghindari agar antara variabel independen tidak berkorelasi sesamanya. Menurut Ghazali (2007), model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel tersebut tidak orthogonal. Variabel orthogonal

adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan 0 (nol).

Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat melalui VIF (Varians Inflation Factor) bila angka tolerance $> 0,1$ atau nilai VIF < 10 maka terdapat gejala multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Hasil Uji Multikolinearitas

| Variabel Bebas | Tolerance | VIF |
|-----------------------------------|-----------|-------|
| Orientasi Kewirausahaan (X_1) | 0,778 | 2,110 |
| Orientasi Pasar (X_2) | 0,778 | 2,110 |
| Keunggulan Bersaing (I) | 0,778 | 2,110 |

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda (*multiple regression analysis*) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat (Kuncoro, 2007). Adapun tujuan melakukan analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah untuk melihat :

1. Pengaruh orientasi kewirausahaan (X_1) dan orientasi pasar (X_2) terhadap kinerja perusahaan (Y).

Hasil analisis regresi linear berganda untuk membuktikan pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

| Variabel Independen | Koefisien | Sig | Keterangan |
|-----------------------------------|-----------|-------|------------|
| Konstanta | 1,167 | 0,000 | - |
| Orientasi Kewirausahaan (X_1) | 0,410 | 0,003 | Signifikan |
| Orientasi Pasar (X_2) | 0,332 | 0,001 | Signifikan |
| Koefisien Korelasi (R) | : 0,596 | | |
| Koefisien Determinasi (R^2) | : 0,543 | | |
| Nilai F | : 87,262 | | |
| Signifikan F | : 0,000 | | |

Sumber : Pengolahan Data Primer

Tabel diatas memperlihatkan nilai konstanta (α) adalah 1,167 sedangkan nilai koefisien orientasi kewirausahaan 0,410, dan orientasi pasar 0,332. Dengan demikian maka persamaan regresi linear berganda :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 1,167 + 0,410 X_1 + 0,332 X_2$$

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar sumbangan variasi orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar secara bersama-sama mempengaruhi variabel kinerja perusahaan UKM pangan yang berada di kota Padang. Berdasarkan hasil analisis data dengan regresi linear berganda diketahui bahwa nilai *R-Square* atau koefisien determinasi adalah sebesar 0,543.

Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan UKM Pangan yang berada di kota Padang adalah 54,3%, sedangkan sisanya sebanyak 45,7% lagi dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yang tidak diikut sertakan dalam penelitian ini.

2. Pengaruh orientasi kewirausahaan (X_1) dan orientasi pasar (X_2) terhadap keunggulan bersaing (I).

Hasil analisis regresi linear berganda untuk membuktikan pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

| Variabel Independen | Koefisien | Sig | Keterangan |
|-----------------------------------|-----------|-------|------------|
| Konstanta | 1,453 | 0,000 | - |
| Orientasi Kewirausahaan (X_1) | 0,338 | 0,000 | Signifikan |
| Orientasi Pasar (X_2) | 0,263 | 0,002 | Signifikan |
| Koefisien Korelasi (R) | : 0,698 | | |
| Koefisien Determinasi (R^2) | : 0,445 | | |
| Nilai F | : 45,223 | | |
| Signifikan F | : 0,000 | | |

Sumber : Pengolahan Data Primer

Tabel diatas memperlihatkan nilai konstanta (α) adalah 1,453 sedangkan nilaikoefisien orientasi kewirausahaan 0,338, dan

orientasi pasar 0,263. Dengan demikian maka persamaan regresi linear berganda adalah :

$$M = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$M = 1,453 + 0,338 X_1 + 0,263 X_2$$

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar sumbangan variasi orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar secara bersama-sama mempengaruhi variabel keunggulan bersaing UKM yang berada di kota Padang. Berdasarkan hasil analisis data regresi linear berganda diketahui bahwa nilai *R-Square* atau koefisien determinasi adalah sebesar 0,445. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing UKM yang berada di kota Padang adalah sebesar 44,5, sedangkan sisanya

sebanyak 55,5 lagi dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisa regresi linear sederhana merupakan teknik statistik untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat, adapun tujuan ini adalah untuk melihat pengaruh keunggulan bersaing (I) terhadap kinerja perusahaan (Y) dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

| Variabel independen | Koefisien | Sig | Keterangan |
|---|-----------|-------|------------|
| Konstanta | 2,325 | 0,000 | - |
| Keunggulan Bersaing (I) | 0,486 | 0,002 | Signifikan |
| Koefisien Korelasi (R) | : 0,585 | 0,001 | |
| Koefisien Determinasi (R ²) | : 0,478 | | |
| Nilai F | : 45,675 | | |
| Signifikan F | : 0,000 | | |

Sumber : Pengolahan Data Primer

Dari hasil analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh keunggulan bersaing (I) terhadap kinerja perusahaan (Y) diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bI$$

$$Y = 2,325 + 0,486I$$

Persamaan regresi linear sederhana di atas dapat diartikan sebagai berikut :

Nilai koefisien regresi keunggulan bersaing (I) sebesar 0,486 dengan nilai signifikan sebesar 0,002. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari alpha ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian, dapat diartikan bahwa variabel keunggulan bersaing (I) berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan (Y). Nilai R² (*R-Square*) ditemukan sebesar 0,478 yang dapat diartikan bahwa keunggulan bersaing (I) mempengaruhi kinerja pemasaran adalah sebesar 47,8%. Sedangkan sisanya sebesar 52,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk kedalam model penelitian ini.

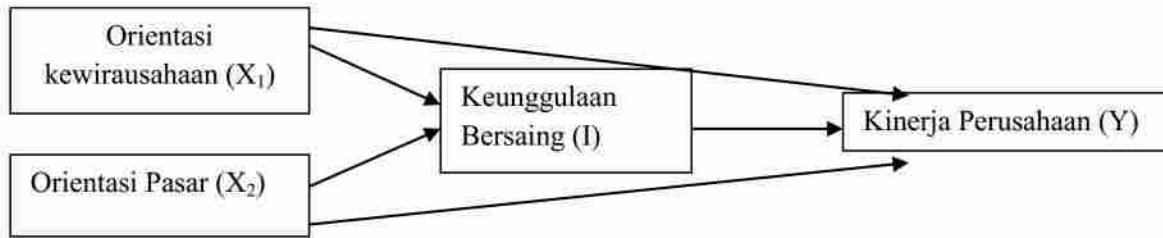
Analisis Regresi Bertingkat

Analisis regresi bertingkat (*Hierarchical Regression*) merupakan teknik statistik untuk mengetahui dampak variabel mediasi atau intervening terhadap hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Menurut Baron Kenny (1986) terdapat 4 langkah untuk melakukan pengujian dampak variabel mediasi sebagai berikut:

1. Variabel bebas harus berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (β_1 harus signifikan).
2. Variabel bebas harus berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (β_2 harus signifikan)
3. Variabel bebas harus berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (β_3 harus signifikan)
4. Mediasi penuh terjadi apabila variabel bebas (orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kinerja perusahaan), setelah di mediasi oleh keunggulan bersaing (Intervening). Sedangkan mediasi parsial terjadi apabila variabel bebas (orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar) masih berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kinerja perusahaan) tetapi nilai signifikannya mengalami penurunan.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dikemukakan gambar struktur mediasi yang dikemukakan gambar struktur mediasi yang dikemukakan oleh Baron Kenny (1986) sebagai berikut :

Struktur Intervening Barin Kenny (1986)



Berdasarkan hasil regresi linear berganda tentang pengaruh orientasi kewirausahaan (X_1) dan orientasi pasar (X_2) terhadap kinerja perusahaan (Y) (langkah pertama), ditemukan bahwa variabel orientasi kewirausahaan (X_1) dan orientasi pasar (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan (Y). Dengan demikian pernyataan pada langkah pertama dalam pengujian pertama terpenuhi.

Pengujian pengaruh mediasi pada langkah kedua adalah variabel bebas yaitu Orientasi kewirausahaan (X_1) dan Orientasi pasar (X_2) harus signifikan terhadap variabel mediasi yaitu Keunggulan bersaing. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana ditemukan bahwa orientasi kewirausahaan (X_1) dan orientasi pasar (X_2) berpengaruh signifikan baik terhadap keunggulan

bersaing. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persyaratan langkah 2 dalam uji intervening telah terpenuhi.

Langkah ketiga pengujian mediasi adalah melakukan atas pengaruh variabel moderasi (keunggulan bersaing) terhadap variabel terikat (Kinerja perusahaan). Hasil uji regresi linear sederhana tentang keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan memperlihatkan bahwa variabel keunggulan bersaing (I) berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan (Y). Dengan demikian persyaratan ketiga dalam pengujian pengaruh mediasi terpenuhi.

Berdasarkan hasil uji pada langkah pertama, kedua dan ketiga maka hasil uji intervening dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Hasil Analisis Regresi Bertingkat

| Variabel Terikat | Variabel Bebas dan Intervening | Koefisien Regresi dan Signifikansi | | | |
|------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|-------|---------|-------|
| | | Tahap 1 | Sig. | Tahap 2 | Sig. |
| Kinerja Perusahaan (Y) | Kontanta (a) | 1,167 | 0,000 | 1,243 | 0,001 |
| | Orientasi Kewirausahaan (X_1) | 0,410 | 0,003 | 0,356 | 0,000 |
| | Orientasi Pasar (X_2) | 0,332 | 0,001 | 0,448 | 0,003 |
| | Keunggulan Bersaing (I) | - | - | 0,332 | 0,000 |
| | R^2 | | 0,543 | | 0,685 |

Sumber : Pengolahan Data Primer

Berdasarkan hasil uji regresi bertingkat yang diringkas pada tabel diatas dapat diketahui bahwa pada tahap 1 :

- Variabel orientasi kewirausahaan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan (Y) dimana nilai koefisien regresinya adalah 0,410 dengan tingkat signifikan adalah 0,003.
- Variabel orientasi pasar (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan (Y) dimana nilai koefisien regresinya adalah 0,332 dengan tingkat signifikan adalah 0,001.
- Besar pengaruh variabel orientasi kewirausahaan (X_1) dan orientasi pasar (X_2) terhadap kinerja perusahaan (Y) adalah 5,43% ($R^2 = 0,543$).

Pada tahap, pengaruh variabel orientasi kewirausahaan (X_1) dan orientasi pasar (X_2) terhadap kinerja perusahaan (Y) setelah dimediasi oleh variabel keunggulan bersaing (I) dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Variabel orientasi kewirausahaan (X_1) masih berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan (Y) dimana koefisien regresinya adalah 0,356 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Namun, nilai koefisien regresi variabel orientasi kewirausahaan (X_1) tersebut mengalami penurunan dari 0,410 (tahap 1) menjadi 0,356 (tahap 2).
- Variabel orientasi pasar (X_2) masih berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan (Y) dimana koefisien regresinya adalah 0,448 dengan tingkat signifikan sebesar 0,003. Namun, nilai koefisien regresi

- variabel orientasi pasar (X_2) tersebut mengalami kenaikan dari 0,332 (tahap 1) menjadi 0,448 (tahap 2).
- c. Variabel keunggulan bersaing (I) sebagai variabel intervening berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan (Y) dengan nilai koefisien regresi adalah 0,332 dan tingkat signifikannya sebesar 0,000.
 - d. Besarnya pengaruh variabel orientasi kewirausahaan (X_1) dan orientasi pasar (X_2) terhadap kinerja perusahaan (Y) adalah 0,543 ($R^2 = 54,3$). Dengan kata lain terjadi peningkatan pengaruh variabel orientasi kewirausahaan (X_1) dan orientasi pasar (X_2) melalui keunggulan bersaing (I) terhadap kinerja perusahaan (Y) sebesar 14,2% atau dari 54,3% menjadi 68,5%.

Berdasarkan uraian diatas dapat diinterpretasikan bahwa variabel keunggulan bersaing (I) memediasi secara parsial (*partial mediation*) hubungan antara variabel orientasi kewirausahaan (X_1) dan orientasi pasar (X_2) terhadap kinerja perusahaan (Y).

KESIMPULAN

Secara umum, hipotesis merupakan dugaan tentang hubungan yang logis antara dua variabel atau lebih yang dinyatakan dalam bentuk pernyataan yang perlu diuji kebenarannya. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya, maka berikut ini dapat disajikan ringkasan hasil uji hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan (survey pada UKM Pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang).
2. Orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan (survey pada UKM Pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang).
3. Orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan bersaing (survey pada UKM Pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang).
4. Orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing (survey pada UKM Pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang).
5. Keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan (survey pada UKM Pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang).
6. Keunggulan bersaing memediasi hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan

kinerja perusahaan (survey pada UKM Pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang).

7. Keunggulan bersaing memediasi hubungan antara orientasi pasar dengan kinerja perusahaan (survey pada UKM Pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang).

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada pengusaha UKM Pangan di Kota Padang yang telah ikut berpartisipasi dalam pengisian kuesioner tentang kinerja perusahaan pada pengusaha UKM Kota Padang dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Pasaman Simpang Empat serta semua pihak yang membantu dalam penyelesaian penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-moderator variable distinction in social psychological research : Conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1183
- Gosselin Maurice, (2005). An Empirical Study of Performance Measurement in Manufacturing Firm, *International Journal of Productivity and Performance Management*, Vol. 54 No.5/6.pp.419-437
- Ghozali, I. 2005. Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program SPSS. Universitas Semarang, Indonesia
- Kohli, A. & B. Jaworski. 1990. "Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications", *Journal of Market-ing*, page: 1-18.
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Ekonomika Industri Indonesia : Menuju Negara Industri Baru 2030?*. Yogyakarta : Andi Yogyakarta
- Narver, John C., and Stanley F. Slater, 1990, "The Effect of a Market Orientation on Business Profitability", *Journal of Marketing* 54 (October) : 20 – 35
- Porter, Michael E., 2007, *Strategi Bersaing "Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing"*, Alih Bahasa Sigit Suryanto, Karisma Publishing Group, Jakarta
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Method For Business : A Skill Building Approach*. Joh Wiley & Sons
- Santoso, Singgih, 2000, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.