

"Tema: 5 (Kewirausahaan, Koperasi dan UMKM)

**ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN KAPABILITAS INTEGRASI MITRA
UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN UMKM BATIK DI
BANYUMAS**

Viviana Mayasari, Daryono, Bambang Sunarko.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman

viviana120384@gmail.com, daryono_jvc@yahoo.com, bambang.sunarko94@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan dan kapabilitas integrasi mitra terhadap kinerja pemasaran UMKM Batik di Banyumas. Pengumpulan data dilakukan secara empirik melalui pemilik UMKM Batik yang tersebar di Kecamatan Banyumas yang terdiri dari Desa Pekunden, Pasinggangan, dan Sudagaran, Papringan serta Kecamatan Sokaraja yang terdiri dari Desa Sokaraja Lor, Sokaraja Kidul, Sokaraja Tengah, Sokaraja Kulon dan Karang Duren. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Pengambilan data dengan survei menggunakan kuesioner. Pengujian model dan hipotesis penelitian menggunakan teknik analisis Structural Equation Model (SEM). Orientasi kewirausahaan dan kapabilitas integrasi mitra dalam penelitian ini dijadikan variabel independen yang dapat mempengaruhi kinerja pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran, sehingga semakin tinggi orientasi kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha dapat meningkatkan kinerja pemasaran. Integrasi mitra berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran, sehingga semakin tinggi kapabilitas integrasi mitra yang dilakukan pelaku usaha maka semakin meningkatkan kinerja pemasaran.

Kata kunci: Orientasi Kewirausahaan, Integrasi Mitra, Kinerja Pemasaran

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of entrepreneurial orientation and capability of partner integration on the marketing performance of UMKM Batik in Banyumas. Data collection was carried out empirically through Batik UMKM owners scattered in Banyumas District consisting of Pekunden, Pasinggangan, and Sudagaran, Papringan and Sokaraja Districts which consisted of Sokaraja Lor Village, South Sokaraja, Central Sokaraja, Sokaraja Kulon and Karang Duren. The sampling technique uses purposive sampling. Data collection with surveys using a questionnaire. Testing of models and research hypotheses using Structural Equation Model (SEM) analysis techniques. Capability of partner integration and customer response in this study are used as independent variables that can affect marketing performance. The results showed that entrepreneurial orientation has a positive effect on marketing performance, so that the higher the entrepreneurial orientation of business actors can improve marketing performance. Partner integration has a positive effect on marketing performance, so that the higher the capability of partner integration by business actors, the more it improves marketing performance.

Keywords: Entrepreneurial Orientation, Partner Integration, Marketing Performance

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang penting dalam pembangunan ekonomi. Kondisi UMKM biasanya memiliki intensitas tenaga kerja yang relatif lebih tinggi dan investasi yang kecil, sehingga usaha mikro lebih fleksibel dalam menghadapi dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Hal ini menyebabkan usaha mikro tidak terlalu terpengaruh oleh tekanan eksternal dimana memiliki kandungan lokal yang tinggi dan lebih fokus pada pemasaran internal dalam negeri. Hal ini membuat pengembangan UMKM dapat memberikan kontribusi pada diversifikasi ekonomi dan perubahan struktur sebagai prakondisi pertumbuhan ekonomi jangka panjang yang stabil dan berkesinambungan. Di samping itu tingkat penciptaan lapangan kerja lebih tinggi terjadi pada usaha mikro dibandingkan perusahaan besar.

Sayangnya peranan UMKM dalam perekonomian Indonesia yang dianggap sentral, tanpa didukung oleh kebijakan pemerintah maupun pengaturan yang mendukungnya sampai sekarang dirasa belum maksimal. Hal ini dapat dilihat bahkan dari hal yang paling mendasar seperti definisi yang berbeda untuk antar instansi pemerintahan. Demikian juga kebijakan yang diambil yang cenderung berlebihan namun tidak efektif, hingga kebijakan menjadi kurang komprehensif, kurang terarah serta bersifat tambal-sulam.

Kondisi UMKM masih memiliki banyak permasalahan yang perlu mendapatkan penanganan. Permasalahan utama biasanya adanya keterbatasan akses ke kredit bank/sumber permodalan lain dan akses pasar. Selain itu kelemahan dalam organisasi, manajemen, maupun penguasaan teknologi juga perlu dibenahi. Masih banyaknya permasalahan yang dihadapi oleh UMKM membuat kemampuan UMKM berkiprah dalam perekonomian nasional tidak dapat maksimal.

Salah satu kekayaan budaya Banyumas adalah Batik Banyumas. Batik Banyumas memiliki sejarah yang tidak terlepas dari budaya asli Banyumas maupun pengaruh dari budaya batik daerah lain seperti Batik Jogjakarta, Batik Solo maupun Batik Pekalongan yang sudah terkenal di masyarakat Indonesia. Kapasitas produksi Batik Banyumas per tahun sebesar 80.542 lembar batik dengan lokasi sentra industri Batik Banyumas terbanyak di Kecamatan Banyumas dan Kecamatan Sokaraja.

Konsep ekonomi kreatif dan orientasi kewirausahaan terdapat unsur yang sama yaitu mencakup konsep kreativitas, ide dan gagasan. Orientasi kewirausahaan mengacu

pada proses, praktik dan pengambilan keputusan yang mendorong kearah input baru dengan aspek inovasi, tindakan proaktif, pengambilan resiko dan persaingan agresif (Lumpkin, 2006). Pelaku usaha dalam hal ini UMKM harus memiliki kemampuan dalam menghadapi lingkungan bisnis yang makin kompetitif.

Kapabilitas integrasi merupakan kemampuan usaha dalam mengintegrasikan sumberdaya dalam pengembangan dan penciptaan produk. Selain itu kapabilitas dapat berupa pengambilan keputusan strategis yang memungkinkan manajemen untuk menyatukan berbagai macam unit bisnis, bagian-bagian dan karyawannya (Judge dan Miller, 1991). Kapabilitas integrasi mitra memberikan kemampuan bagi perusahaan untuk melakukan pengembangan rutinitas dan mekanisme organisasi dalam rangka memfasilitasi koordinasi antar organisasi dan untuk memilih mitra koalisi yang tepat di masa depan (Heimeriks dan Duysters, 2007). Oleh sebab itu maka orientasi kewirausahaan dan kapabilitas kemampuan integrasi mitra menjadi hal yang sangat penting dimiliki oleh pelaku usaha. Kesediaan untuk sadar dalam menciptakan dan mengembangkan produk melalui orientasi kewirausahaan dan menjalin hubungan baik dengan mitra yang saling menguntungkan dapat memaksimalkan kinerja pemasaran dalam UMKM Batik, yang nantinya akan meningkatkan pendapatan masyarakat dan meningkatkan perekonomian pelaku batik dan karyawannya.

Tujuan penelitian adalah: 1) Mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran; 2) Mengetahui pengaruh kapabilitas integrasi mitra terhadap kinerja pemasaran.

METODE PENELITIAN

Sampel penelitian ini adalah para pelaku usaha kecil UMKM Batik Banyumas di wilayah kabupaten Banyumas. Sampel penelitian terdiri dari 115 responden UMKM Batik di Banyumas. Penelitian dilakukan di wilayah Kecamatan Banyumas (Desa Pekunden, Pasinggangan, Sudagar, Papringan) dan Kecamatan Sokaraja (Desa Sokaraja Lor, Sokaraja Kidul, Sokaraja Tengah, Sokaraja Kulon, Karang Duren), Kabupaten Banyumas. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei.

Dilihat dari dimensi waktu, penelitian ini tergolong dalam *cross sectional study* karena dilakukan hanya sekali pada satu waktu (Cooper dan Schindler, 2006). Pada

penelitian ini pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kesengajaan dengan menggunakan berbagai pertimbangan yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Persyaratan sampel:

1. Pengambilan sampel dilakukan terhadap UMKM Batik Banyumas yang memiliki jumlah karyawan minimal 5 orang.
2. Pengambilan sampel dilakukan terhadap UMKM Batik yang telah berdiri lebih dari 2 tahun agar kinerja perusahaan sebelumnya dapat diketahui.

Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Simbol
Orientasi Kewirausahaan	Keberanian mengambil resiko	X1
	Penciptaan peluang	X2
	Kemampuan menciptakan ide	X3
	Kebebasan berkreasi	X4
	Kemampuan berkompetisi	X5
Kapabilitas Integrasi Mitra	Kemampuan mengelola mitra	X6
	Kemampuan koordinasi	X7
	Kemampuan partisipasi	X8
	Kemampuan berbagi informasi	X9
	Kapabilitas bernegosiasi	X10
Kinerja Pemasaran UMKM	Pertumbuhan penjualan	X11
	Tingkat keuantungan	X12
	Pertumbuhan Pelanggan	X13

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Berdasarkan dari penelitian yang dikumpulkan melalui penyebaran kuestioner diperoleh profil responden menurut usia, sebagai berikut:

Tabel 2. Responden Menurut Usia

No	Usia Responden	Frekuensi	Persentase
1	< 35 tahun	1	12
2	35 - 40 tahun	2	16
3	40 - 45 tahun	11	32
4	> 41 tahun	23	40
Total		37	110

Sumber: Data yang diolah

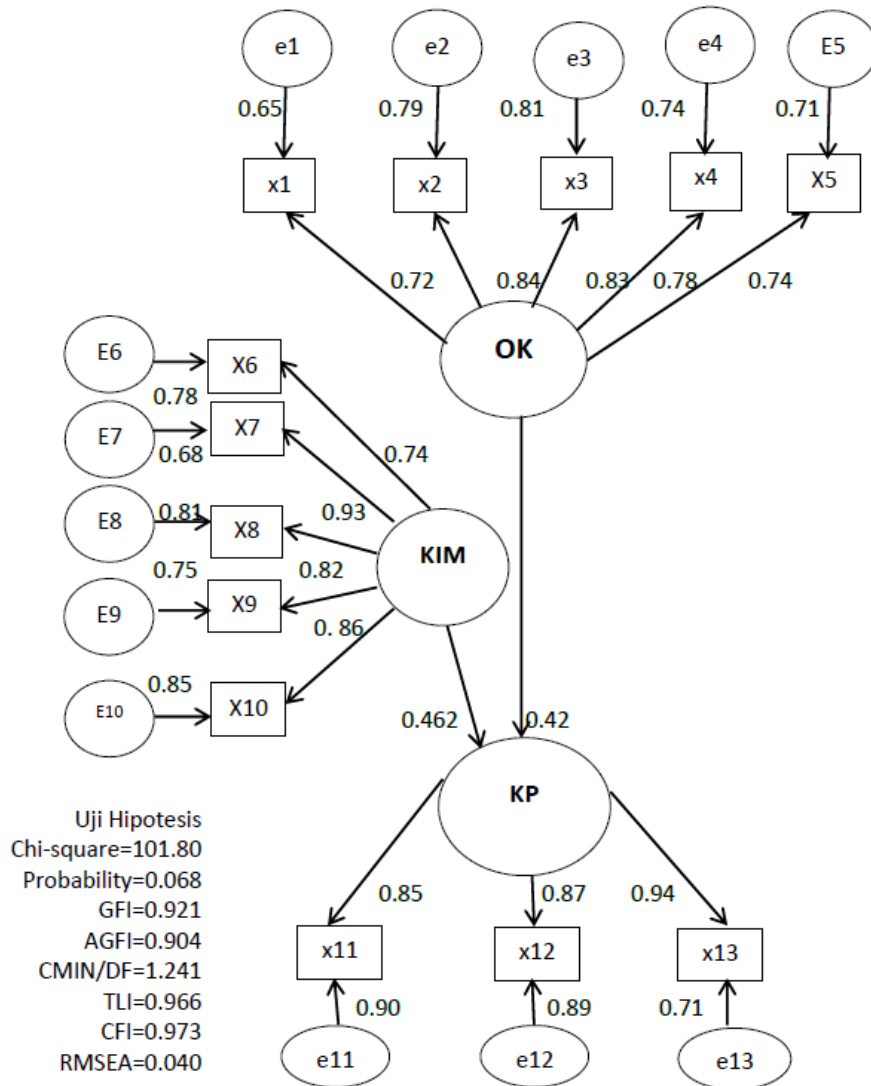
Berdasarkan dari penelitian yang dikumpulkan melalui penyebaran questioner diperoleh profil responden menurut tingkat pendidikan, sebagai berikut:

Tabel 3. Responden Menurut Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SD	1	5
2	SMP	8	25
3	SMU/SMK	16	43
4	Perguruan Tinggi	12	37
Total		37	110

Sumber: Data yang diolah

Hasil pengolahan model program SEM terhadap model penelitian Model dalam penelitian ini digunakan untuk menguji model kausalitas yang menyebabkan hubungan sebab akibat. Pengujian structural equation modeling juga dilakukan dengan dua jenis pengujian yaitu uji kesesuaian model dan uji signfikasi kausalitas melalui uji keofisien regresi. Uji kelayakan model SEM ini diuji dengan menggunakan confirmatory factor analysis yaitu menggunakan chisquare, probabilitas, CFI, TLI, RMSEA, GFI dan AGFI yang tersaji dalam tabel berikut:



Tabel 4. Hasil Pengujian Model Structural Equation Modelling

<i>Goodness of fit model</i>	<i>Cut off value</i>	<i>Hasil Model</i>	<i>Evaluasi Model</i>
Chi square (df:82)	<101.884	101.80	Baik
Significant Prob	>0.05	0.068	Baik
RMSEA	< 0.08	0.040	Baik
GFI	>0.90	0.921	Baik
AGFI	>0.90	0.904	Baik
CMIN/DF	<2.00	1.241	Baik
TLI	>0.95	0.966	Baik
CFI	>0.95	0.973	Baik

Tabel 5. Standardized Regression Weight Structural Equation Modeling

			Standart Estimate	Estimate	S.E.	CR	P
KP	<---	OK	0.381	0.360	0.100	3.583	0.008
KP	<---	KI	0.352	0.362	0.081	4.426	

Sumber: Ringkasan data primer yang diolah 2018

Uji hipotesis model menunjukkan bahwa model yang digunakan fit terlihat dari tingkat signifikansi Chi Square model sebesar 101,80, nilai Goodnes of Fit (GFI) sebesar 0,921 dan Cmin/df sebesar 1,241.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis 1

Pada pengujian hipotesis I digunakan taraf signifikansi sebesar 5%, hal tersebut digunakan karena nilai $C.R \geq 1,96$. Parameter estimasi antara variabel orientasi kewirausahaan menunjukkan hasil positif yang signifikan dengan nilai $C.R. = 3.583$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis I yang menyatakan semakin tinggi orientasi kewirausahaan maka semakin tinggi kinerja pemasaran.

Hipotesis 1: Semakin tinggi orientasi kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha maka akan meningkatkan kinerja pemasaran.

Pengujian Hipotesis 2

Pada pengujian hipotesis 2 digunakan taraf signifikansi sebesar 5%, hal tersebut digunakan karena nilai $C.R \geq 1,96$. Parameter estimasi antara variabel kapabilitas integrasi mitra menunjukkan hasil positif yang signifikan dengan nilai $C.R. = 4.621$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 yang menyatakan kapabilitas integrasi mitra berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran.

H2: Semakin tinggi kapabilitas integrasi mitra yang dilakukan pelaku usaha maka akan semakin meningkatkan kinerja pemasaran.

KESIMPULAN

Berdasarkan data diperoleh dari hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat ditarik simpulan bahwa terdapat hubungan positif signifikan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja pemasaran. Semakin kuat orientasi kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha maka menghasilkan kinerja pemasaran yang tinggi. Orientasi kewirausahaan merupakan operasionalisasi multidimensional dalam variabel inovasi, kemauan mengambil resiko, proaktif, otonomi dan aggressivitas bersaing. Kapabilitas integrasi mitra juga memiliki pengaruh positif terhadap kinerja pemasaran. Kapabilitas integrasi akan menciptakan kemampuan perusahaan dalam hal ini UMKM Batik di Banyumas dalam menggunakan sumberdaya untuk mengintegrasikan, merekonfigurasi, memperoleh dan melepaskan sumber daya untuk mengatasi perubahan pasar melalui saluran distribusi penjualan produk batik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, Erin, and Barton Wietz, (2002), "The Use of Pledges to Build and Sustain Commitment in Distribution Supply Networks", *Journal of Marketing Research*, Vol. XXIX, February, p. 18 – 34.
- Amabile, Teresa. M.Fal. 1997. "Motivating Creativity in Organization on Doing What You Love and Loving What You Do", *California Management Review* Vol 40 Number 1.
- Campbell, J. Alexandra 2008, "Cooperation in International Value Chains : Comparing an Exporter's Supplier versus Customer Relationship", *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 13, No. 1, pp. 22.
- Chandra Kumara, 2000. *Organization Learning Framework for Institution*. Academy of Management No: 16.
- Coleman, J.S 1990. *Foundation of Social Theory*. Cambridge MA. Harvard University Press.
- Cooper dan Schindler, 2006 2005. *Multivariate Data Analysis with Readings*. Prentice Hall International Inc.
- Crawford & De Benedetto. 2000. Antecedent of Organization Commitment and The Mediating Role of Job Satisfaction. *Journal of Managerial Psychology*. 16

- Desiraju, Ramarao and Sridhar Moorthy (2007), "Managing a Distribution Supply network Under Asymmetric Information With Performance Requirements", *Journal Management Science*. Vol. 43. No.12, p.1628-1644
- Huber. G.P 1991. *Organizational Learning: The Contributing Process and the Literatures* Organizational Science.
- Hair, Joseph F. JR., Rolph E. Anderson, Ronald L. Tatham, and William C. Black, (1995) "*Multivariate Data Analysis With Readings*", Fourth Edition, New Jersey: Prentice Hall Holmberg.
- Holmberg, Stefan (2004), "A Systems Perspective on Supply chain Measurements", *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 30, No. 10, pp. 847-868.
- Ganesan 2004. *The Charismatic Relationship: Perspective*. Academy of Management Review 23: 32-58
- Ghahreman. T. 2007. *Relationship Between the Organizational Culture, Leadership Style of Manager and Creativity of Faculty Member of Physical Education Schools and Departements*. Phd Disertation Theran University.
- Indonesia Small Business Research Center, 2010. *Usaha Kecil Indonesia: Tinjauan dan Prospek*. LP3E- Kadin Indonesia. Jakarta.
- Karlsoon. C. 2010. "Clusters, Network and Creativity", CESIS Electronic Working Papers Series 235.
- Lings. 2000. *Spining a Brand Culture Web*. People Management.12
- Lukas dan Ferrell. 2000. "Market Orientation, Creativity, and New Product *Performance* in High-Technology Firms", *Journal of Marketing*, Vol. 68.
- Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, 2003. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. BPFE Yogyakarta.
- Oldam. 1996. *Organizational Culture Commitment, Satisfaction and Cohesi*" Public Productivity and Management Review.
- Pittaway, L. Robertsoon 2004. *Networking and Inovation: A Systematic Review of The Evidence*.
- Ritchie dan Brindley, 2003 "*Fuctionalism: Basis of Alternate Approach to Study of Leadership*". New York Press
- Riter, T. and Geminden, 2003. *Network Competence: Its Impact on Innovation Success and Its Antecedents*.

Sharadindu, P. and Sharma. 2009. Organizational Factors for Exploratory and Exploitative Innovation.

Zhou, J. and George J. M. 2003. Awakening Employee Creativity: The Role of Leader Emotional Intelligence." *The Leadership Quarterly* 14.