

Pengaruh Lingkungan Bisnis, Orientasi Pasar, Karakteristik Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM Keripik di Kabupaten Pasuruan

Habibatuz Zuhro^{1*}

^{1*} Universitas Yudharta Pasuruan, Indonesia, habibatuz.zuhro@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Lingkungan Bisnis, Orientasi Pasar, Karakteristik Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM Keripik di Kabupaten Pasuruan. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelaku UMKM Keripik yang berada di kawasan Kabupaten Pasuruan sebanyak 119 UMKM Keripik. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik Sampel Jenuh yakni menggunakan semua jumlah populasi sebanyak 119 UMKM. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Lingkungan Bisnis, Orientasi Pasar, Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja UMKM Keripik di Kabupaten Pasuruan dengan nilai uji $t_{hitung} X_1 3,546 > t_{tabel} 1,984$ dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$, $t_{hitung} X_2 5,986 > t_{tabel} 1,984$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, $t_{hitung} X_3 1,997 > t_{tabel} 1,984$ dengan nilai signifikan $0,048 < 0,05$.

Kata kunci: Lingkungan Bisnis, Orientasi Pasar, Karakteristik Kewirausahaan, Kinerja UMKM

Abstract

This study aims to determine the effect of the Business Environment, Market Orientation, Entrepreneurship Characteristics on the Performance of SME Chips in Pasuruan Regency. The population in this study is the perpetrators of SME Chips in the Pasuruan Regency area as many as 119 SME Chips. The research method used was a survey method. The sampling technique uses Saturated Sample Technique which uses all the population of 119 MSMEs. Data analysis techniques used multiple regression analysis. The results obtained from this study indicate that the variable Business Environment, Market Orientation, Entrepreneurial Characteristics have a significant positive effect on the Performance of SME Chips in Pasuruan Regency with a test value of $X_1 3,546 > t \text{ table } 1,984$ with a significant value of $0.001 < 0.05$, $t_{count} X_2 5.986 > t_{table} 1.984$ with a significant value of $0.000 < 0.05$, $t_{count} X_3 1.997 > t \text{ table } 1.984$ with a significant value of $0.048 < 0.05$.

Keywords: Business Environment, Market Orientation, Entrepreneurship Characteristics, MSME Performance.

PENDAHULUAN

UMKM menjadi salah satu andalan pendapatan pemerintah daerah (Pemda) Pasuruan di Jawa Timur. Akan tetapi masyarakat masih mengeluhkan permasalahan yang menghambat UMKM yaitu berupa kemampuan masyarakat yang belum mengerti bagaimana melegalitaskan usaha mereka, pemasaran yang kurang maksimal dikarenakan kurangnya pengetahuan dalam penggunaan internet, bagaimana cara mengetahui peluang pangsa pasar, serta kurangnya modal yang dimiliki.

Selama ini, para pengrajin keripik ini tidak kesulitan untuk mendapatkan bahan baku. Mereka bisa dengan mudah mendapatkan bahan baku di dalam desa sendiri. Bahkan ada yang bisa memanen sendiri di kebunnya. Dalam hal pengolahan, masih banyak pengrajin yang masih menggunakan cara manual atau tradisional. Begitu juga dengan bumbu, menggunakan rempah-rempah atau barang-barang alami dan tanpa bahan pengawet, sehingga

aman di konsumsi. Sedangkan untuk pemasaran, selama ini mereka memasarkan produk ke sejumlah tempat di sekitar desa saja, baik melalui warung makanan dan minuman, maupun toko peracangan. Tetapi ada juga warga yang menjualnya ke pasar daerah, bahkan ada juga yang sampai tembus pasar Surabaya dan Sidoarjo.

Kelangsungan hidup sebuah organisasi ditentukan oleh keberhasilannya dalam mencapai tujuan organisasi. Keberhasilan dan kesuksesan kinerja suatu organisasi ditentukan oleh kualitas sumber daya manusianya, pimpinan, dan bawahannya. Seberapa baik seorang pemimpin mengelola kinerja bawahan akan secara langsung memengaruhi kinerja individu, unit kerja, dan seluruh organisasi.

Untuk bertahan hidup di lingkungan yang dinamis dengan tingkat persaingan yang tinggi, perusahaan sangat membutuhkan strategi dalam bersaing. Hal ini juga berlaku untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), dimana perubahan lingkungan yang cepat, mekanisme pasar yang semakin terbuka, kompetitif, dan penguasaan pasar merupakan tantangan yang harus dijawab dengan pendekatan orientasi pasar.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan Metode Survei. Kriyantono (2012) menjelaskan bahwa survei merupakan metode penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. penulis melakukan penelitian pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah bidang Keripik di Kabupaten Pasuruan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah bidang Keripik yang berada di wilayah Kabupaten Pasuruan. Menurut data yang diperoleh dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pasuruan terdapat 119 pelaku UMKM Keripik di Kabupaten Pasuruan. Karena jumlah populasi UMKM Keripik di kabupaten Pasuruan sebanyak 119. Maka Penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan Teknik Sampel Jenuh, yang artinya seluruh pelaku UMKM di Kabupaten Pasuruan sebanyak 119 pelaku dijadikan sebagai sampel penelitian.

Menurut Sambas Ali Muhidin (2017) Bentuk kuisisioner secara garis besar terdiri dari dua macam, yaitu kuisisioner berstruktur, dan kuisisioner tidak berstruktur. Pada penelitian ini penulis menggunakan bentuk kuisisioner berstruktur dimana kuisisioner disusun dengan menyediakan pilihan jawaban, sehingga responden hanya tinggal memberi tanda pada jawaban yang dipilih. Bentuk jawaban kuisisioner berstruktur adalah tertutup, artinya pada setiap item sudah tersedia berbagai alternatif jawaban.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Lingkungan Bisnis terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil regresi linier, menunjukkan bahwa variabel Lingkungan Bisnis berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM Keripik. Hal ini dapat diketahui dari hasil analisis uji t yang diperoleh menyatakan bahwa t_{hitung} variabel Lingkungan Bisnis sebesar 3,546 > t_{tabel} sebesar 1,984 dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$, H_0 ditolak karena kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan Lingkungan Bisnis berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja UMKM diterima. Karena koefisien regresi bernilai positif, maka dapat disimpulkan bahwa semakin bagus Lingkungan Bisnis pada UMKM Keripik maka akan semakin tinggi Kinerja dari UMKM Keripik tersebut.

Nickels dan McHugh (2009) mendefinisikan lingkungan bisnis sebagai faktor-faktor yang ada di sekitar bisnis tersebut, dan faktor-faktor tersebut tentunya akan dapat membantu ataupun menghambat perkembangan bisnis yang ada.

Perubahan lingkungan bisnis akan mempengaruhi kemampuan kinerja operasional suatu usaha. Tekanan lingkungan bisnis justru dapat mendidik UMKM untuk memperbaiki kinerja melalui perbaikan kualitas, efisiensi, kepekaan yang lebih tinggi terhadap pasar, dan membangun daya saing.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Ulyanti Dormaulinta (2017), tentang “Pengaruh Lingkungan Bisnis dan Strategi Operasi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan (Survey pada 80 Pelaku Bisnis Industri Kerajinan di Kota Bandung)”, yang menyatakan bahwa Lingkungan Bisnis berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan. Hasil analisis uji t yang diperoleh menyatakan bahwa nilai t_{hitung} sebesar $6,036 > t_{tabel}$ sebesar $1,664$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, H_0 ditolak karena lebih kecil dari $0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan Lingkungan Bisnis berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Perusahaan diterima atau hasil dari variabel Lingkungan Bisnis signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.

Dapat disimpulkan bahwa ketika Lingkungan Bisnis dalam keadaan baik maka Kinerja UMKM Keripik tidak pasti akan ikut meningkat. Hal ini sesuai dengan keadaan lokasi yang peneliti teliti dimana sebagian pelaku UMKM Keripik tidak mengadaptasi perubahan lingkungan untuk diterapkan dalam strategi operasi.

2. Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil regresi linier, menunjukkan bahwa variabel Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM Keripik. Hal ini dapat diketahui dari hasil analisis uji t yang diperoleh menyatakan bahwa t_{hitung} variabel Orientasi Pasar sebesar $5,986 > t_{tabel}$ sebesar $1,984$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, H_0 ditolak karena kurang dari $0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan Orientasi Pasar berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja UMKM diterima. Karena koefisien regresi bernilai positif, maka dapat disimpulkan bahwa semakin terkontrol Orientasi Pasar pada UMKM Keripik maka akan semakin tinggi Kinerja dari UMKM Keripik tersebut.

Never dan Settler (1990) mendefinisikan orientasi pasar sebagai budaya organisasi yang paling efektif dalam menciptakan perilaku penting untuk penciptaan nilai unggul bagi pembeli serta kinerja dalam bisnis.

Orientasi pasar sangat efektif dalam mendapatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif, yang dimulai dengan perencanaan dan koordinasi dengan semua bagian yang ada dalam organisasi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Yunita Dwi Pertiwi dan Bambang Banu Siswoyo (2016), tentang “Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM Kripik Buah di Kota Batu”, yang menyatakan bahwa Orientasi Pasar berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Pemasaran. Hasil analisis uji t yang diperoleh menyatakan bahwa nilai t_{hitung} sebesar $5,312 > t_{tabel}$ $0,867$ dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$, H_0 ditolak karena lebih kecil dari $0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan Orientasi Pasar memiliki Pengaruh terhadap Kinerja Pemasaran diterima atau hasil dari variabel Orientasi Pasar signifikan terhadap Kinerja Pemasaran.

Dapat disimpulkan bahwa ketika Orientasi Pasar terkontrol dengan baik maka Kinerja UMKM Keripik pasti akan ikut meningkat. Hal ini sesuai dengan keadaan lokasi yang peneliti teliti dimana pelaku UMKM Keripik banyak yang memfokuskan strategi pada Pelanggan dan Pesaing.

3. Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil regresi linier, menunjukkan bahwa variabel Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM Keripik. Hal ini dapat diketahui dari hasil analisis uji t yang diperoleh menyatakan bahwa t_{hitung} variabel Karakteristik Kewirausahaan sebesar $1,997 > t_{tabel}$ sebesar $1,984$ dan nilai signifikan $0,048 < 0,05$, H_0 ditolak karena kurang dari $0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja UMKM diterima. Karena koefisien regresi bernilai positif, maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik Karakteristik Kewirausahaan pada pelaku UMKM Keripik maka akan semakin tinggi Kinerja dari UMKM Keripik tersebut.

Karakteristik kewirausahaan merupakan ciri khas, watak, perilaku, tabiat, serta sikap seseorang yang memiliki kemampuan berfikir kreatif dan inovatif dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang dijadikan dasar, kiat dalam usaha atau perbaikan hidup usahanya.

Karakteristik kewirausahaan merupakan kunci untuk memaksimalkan efisiensi dari penggunaan faktor-faktor pengembangan daya saing ekonomi, memungkinkan UMKM memiliki pola pikir yang lebih positif, membangun kesensitifan terhadap pasar dan penciptaan daya pikir kreatif.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Wirastika Sari (2016), tentang “Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM Gula Aren di Kabupaten Lombok Barat”, yang menyatakan bahwa Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja UMKM. Hasil analisis uji t yang diperoleh menyatakan bahwa nilai t_{hitung} sebesar $2,640 > t_{tabel}$ $1,960$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, H_0 ditolak karena lebih kecil dari $0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan Karakteristik Kewirausahaan memiliki Pengaruh terhadap Kinerja Pemasaran diterima atau hasil dari variabel Karakteristik Kewirausahaan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran.

Dapat disimpulkan bahwa ketika Karakteristik Kewirausahaan dalam keadaan baik maka Kinerja UMKM Keripik pasti akan ikut meningkat. Hal ini menunjukkan pentingnya untuk membangun karakteristik kewirausahaan karena karakteristik kewirausahaan juga bisa menentukan keberhasilan sebuah usaha.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya dengan judul “Pengaruh Lingkungan Bisnis, Orientasi Pasar, Karakteristik Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM Keripik di Kabupaten Pasuruan”, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Lingkungan Bisnis mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM. Kondisi ini menunjukkan semakin baik kondisi lingkungan bisnis di UMKM Keripik maka akan semakin tinggi Kinerja yang dihasilkan dari UMKM Keripik tersebut.

2. Orientasi Pasar mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM. Kondisi ini menunjukkan semakin terkontrolnya Orientasi Pasar di UMKM Keripik maka akan semakin tinggi Kinerja yang dihasilkan dari UMKM Keripik tersebut.
3. Karakteristik Kewirausahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM. Kondisi ini menunjukkan semakin baik Karakteristik Kewirausahaan di UMKM Keripik maka akan semakin tinggi Kinerja yang dihasilkan dari UMKM Keripik tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Maman, Sambas Ali muhidin, Ating Somantri. 2013. Dasar-dasar Metode Statistika untuk Penelitian. Bandung: Pustaka Setia.
- Achmad, Kuncoro. 2001. Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Asumsi Klasik, cetakan pertama. Bandung: Alfabeta.
- Alteza, Muniya. 2011. Pengantar Bisnis: Teori dan Aplikasi di Indonesia. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ferdinand, Augusty. 2000. Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Stratgey, Research Paper Series. No. 01. Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Guspul, Ahmad. 2016. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM “Batako” di Kepil Wonosobo. Jurnal PPKM III. Hal. 193-206. Agustus 2016.
- Hatani, La. 2000. Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran di Kabupaten Muna. Jurnal Manajemen Unhalu. Hal. 1-9.
- Istijanto, M.M., M.Com. 2009. Aplikasi Praktis Riset Pemasaran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kuncoro, Mudrajad. 2013. Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi: Bagaimana meneliti dan menuis tesis? Edisi ke empat. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Muhidin, Sambas Ali, Maman Abdurrahman. 2017. Analisis Koelasi, Regresi, dan Jalur dalam Penelitian: dilengkapi aplikasi program SPSS. Bandung: Pustaka Setia.
- Narver, J.C., & Slater, S.F. 1990. *The Effect of Market Orientation on Product Innovation. Journal of Marketing*. P.20-35
- Nickels, William G., James M. McHugh, Susan M. McHugh. 2009. Pengantar Bisnis Edisi ke delapan. Jakarta: Salemba Empat.
- Nurhayati, Eti. 2011. Psikologi Pendidikan Inovatif. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rosyafah, Siti. 2017. Pengaruh Lingkungan Bisnis terhadap Kinerja (studi pda UKM produk unggulan di Kabupaten Sidoarjo). Prosiding Seminar Nasional. Hal. 459-466. Oktober 2017.
- Sekaran, Uma. 2000. *Research Methods for Business: a skill Building approach*. Singapore: John Wiley and Sons, Inc.
- Sudaryanto dan Hanim, Anifatul. 2002. Evaluasi Kesiapan UMKM Menyongsong Pasar Bebas Asean (AFTA): Analisis Perspektif dan Tinjauan teoritis, Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen, Vol. 1 No. 2, Desember 2002.
- Sujarweni, V. Wiratna, Poly Endrayanto. 2012. Statistik untuk Penelitian. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryana, M.Si, Dr. 2001. Kewirausahaan. Jakarta: Salemba Empat.
- Tambunan TTH. 2009. UMKM di Indonesia. Bogor (ID): Ghalia Indonesia.

- Tisnawati Sule, Ernie. Kurniawan Saefullah. 2018. Pengantar Manajemen. Depok: Predanamedia Group.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran Edisi ke tiga. Yogyakarta: Andi.
- Wibowo, S.E., M.Phil., Prof. Dr. 2017. Manajemen Kinerja. Depok: Rajawali Pers.