

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN MELALUI INOVASI
TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA INDUSTRI KERAJINAN
PERAK DI DESA WISATA CELUK SUKAWATI GIANYAR BALI**
Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Melalui Inovasi Terhadap Kinerja Pemasaran
Pada Industri Kerajinan Perak Di Desa Wisata Celuk Sukawati Gianyar Bali
*THE EFFECT OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION THROUGH INNOVATION ON
MARKETING PERFORMANCE IN THE SILVER HANDICRAFT INDUSTRY IN CELUK
VILLAGE, SUKAWATI GIANYAR, BALI*

I Made Dian Putri Agustina
Universitas Hindu Indonesia
dianagustina03@yahoo.co.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran pada industri kerajinan perak di Desa Celuk Sukawati. Setelah dilakukan uji validitas, reliabilitas, dan statistik deskriptif terhadap jawaban responden pada kuesioner, selanjutnya dilakukan analisis data dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Hasil uji empirik diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk variabel orientasi kewirausahaan terhadap inovasi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan kata lain orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap inovasi pada industri kerajinan perak di Desa Celuk Sukawati. Hasil uji empiric diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk variabel inovasi terhadap kinerja pemasaran sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima, dengan kata lain inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pada industri kerajinan perak di Desa Celuk Sukawati. Hasil uji empiric diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima, dengan kata lain orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada industri kerajinan perak di Desa Celuk Sukawati. Hasil uji empiric diperoleh $Z_{hitung} (7,051) > Z_{tabel} (1,96)$ dengan demikian inovasi dapat memediasi hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja pemasaran. Mengingat inovasi dapat memediasi hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja pemasaran pada industri kerajinan perak di Desa Celuk Sukawati, hendaknya industri-industri kerajinan perak dapat lebih mengembangkan kemampuan berinovasi kearah yang lebih baik lagi agar kinerja pemasaran perusahaan menjadi lebih baik.

Kata Kunci: *Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Kinerja Pemasaran*

ABSTRACT

The aims of this study was to determine the effect of entrepreneurial orientation on marketing performance in the silver handicraft industry in Celuk Sukawati Village. After tested the validity, reliability, and descriptive statistics of respondents' answers on the questionnaire, then performed data analysis by using *path analysis* (*path analysis*). The result of emperical test is got the significance level of research for entrepreneurship orientation variable to innovation $0.000 < 0,05$, so H_0 is rejected and H_1 accepted, in other words entrepreneurship orientation has significant effect to innovation on silver industry in Celuk Sukawati Village. Empiric test results obtained the significance level of research for innovation variables on marketing performance of $0.000 < 0,05$, so H_0 rejected and H_2 accepted, in other words innovation significantly influence the marketing performance in the silver industry in Celuk Sukawati Village. The result of empirical test showed that the significance level of the research for the entrepreneurship orientation variables significantly influenced the marketing performance by $0.000 < 0,05$, so H_0 was rejected and H_3 accepted, in other words entrepreneurship orientation influenced marketing performance in silver industry in Celuk Sukawati Village. Empirical test results are obtained $Z (7.051) > Z$ table (1.96) thus innovation can mediate the relationship between entrepreneurship orientation and marketing performance. Considering that innovation can mediate the relationship

between entrepreneurship orientation and marketing performance in silver handicraft industry in Celuk Sukawati Village, silver craft industries should be able to further develop the ability to innovate in a better direction so that the company's marketing performance becomes better.

Keywords: Entrepreneurship orientation, innovation, marketing works

1. PENDAHULUAN

Globalisasi merupakan hal yang sudah tidak asing lagi diperbincangkan, arus perubahan yang dibawa oleh globalisasi disebabkan oleh semakin berkembangnya teknologi informasi dan semakin merambahnya tatanan perekonomian yang semakin bebas. Pertukaran informasi bukanlah lagi hal yang sulit untuk dilakukan, bahkan dapat dilakukan dengan waktu yang sangat singkat. Hal ini membuka pintu gerbang informasi konsumen akan suatu produk, serta memungkinkan konsumen mengkonsumsi produk yang tidak berasal dari daerahnya.

Dunia bisnis sekarang ini semakin lama semakin berkembang dan semakin banyak pesaing yang tidak dapat dihindari. Adanya persaingan membuat perusahaan dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik dari dalam negeri atau luar negeri. Pesaing dalam bisnis membuat pengusaha dituntut untuk dapat mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan mengetahui apa yang sekarang ini dibutuhkan oleh konsumen. Pengusaha juga perlu mengetahui perubahan yang ada di lingkungan bisnis sehingga dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain. Adanya tekanan bisnis dari pesaing yang kuat, secara tidak langsung mempengaruhi kinerja pemasaran yang dialami oleh suatu perusahaan.

Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk mewujudkan pertumbuhan dan kelangsungan hidupnya untuk jangka panjang. Dalam era global yang ditandai dengan persaingan yang sama karena tujuan dan kompleks serta tingkat akselerasi yang tinggi, perusahaan dituntut untuk memiliki kemampuan mengembangkan pilihan strategi di bidang manajemen pemasaran sehingga mampu beradaptasi dengan lingkungan dinamis.

Persaingan bisnis yang begitu ketat mengharuskan perusahaan untuk lebih meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan. Karena keberhasilan suatu produk akan berpengaruh pada kinerja pemasarannya. Kinerja pemasaran merupakan ukuran keberhasilan perusahaan yang diukur pada jangka waktu yang telah ditentukan sebagai nilai dari aktivitas yang telah disusun dan dilaksanakan untuk mengetahui apakah strategi yang disusun dan pelaksanaannya sudah tepat atau sebaliknya

(Puspitasari, 2015). Meningkatkan kinerja dan memilih pemasaran yang baik dalam menjalankan suatu usaha merupakan cara yang tepat agar tetap unggul dalam persaingan dan produknya bisa dikenal dan diminati konsumen. Dengan kata lain, pemasaran sangat berperan penting dalam menjalankan kemajuan dan kelangsungan hidup suatu usaha. Dimana perusahaan berusaha untuk mengikuti perkembangan yang ada di pasaran dan mengikuti kebutuhan yang dibutuhkan oleh konsumen, agar dapat bersaing dalam persaingan bisnis, maka dalam memasarkan produk tidak hanya berdasarkan pada kualitas produk saja, tetapi juga bergantung pada strategi yang umumnya digunakan oleh perusahaan yaitu orientasi kewirausahaan dan inovasi.

Perkembangan jumlah usaha kerajinan perak yang semakin banyak dengan tampilan produk yang bagus dan harga yang ditawarkan bervariasi dengan permintaan konsumen yang beragam seiring berkembangnya model dan jenis kerajinan perak di masyarakat, industri kerajinan perak di Desa Celuk perlu memperhatikan orientasi kewirausahaannya yang dapat berupa proaktif, berani mengambil resiko, serta inovatif untuk mengembangkan inovasi produknya dan akhirnya meningkatkan

kinerja pemasaran agar dapat mencapai target penjualan yang maksimal.

Telaah Literatur

Penelitian terdahulu merupakan suatu sumber yang dijadikan acuan dalam melakukan penelitian. Penelitian terdahulu yang digunakan berasal dari jurnal dengan melihat hasil penelitiannya dan akan dibandingkan dengan penelitian selanjutnya dengan menganalisa berdasarkan keadaan dan waktu yang berbeda, adapun ringkasan penelitian terdahulu akan dijabarkan di bawah ini:

Penelitian ini dilakukan oleh Siti Hajar dan I Putu Gde Sukaatmaja tentang Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran yang dimediasi keunggulan bersaing. Penelitian ini dilakukan pada owner toko ritel pakaian skala kecil yang berbentuk gerai (outlet) butik pakaian. Ukuran sampel yang digunakan sebanyak 105 responden, dengan menggunakan metode non probability yang berbentuk incidental dan purposive sampling. Penelitian ini menemukan bahwa 1) Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap Keunggulan Bersaing; 2) Keunggulan Bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran; 3) Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran; 4) Keunggulan Bersaing terbukti positif dan signifikan memediasi pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terdapat pada variabel orientasi kewirausahaan dan kinerja pemasaran, serta metode analisis yang sama yaitu Path Analysis dan Uji Sobel, sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitiannya.

Penelitian ini dilakukan oleh Cynthia Vanessa Djodjoho dan Hendra N. Tanas tentang Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado. Penelitian ini merupakan sebuah pengujian dari pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha nasi kuning di kota Manado. Jumlah pelaku usaha nasi kuning khas Manado yang terus berkembang menuntut kemampuan bersaing dalam memasarkan produknya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan

asosiatif. Data penelitian didasarkan pada tinjauan literatur yang relevan serta angket yang dikirim pada 47 pemilik usaha nasi kuning di kota Manado. Penelitian menggunakan metode sampling jenuh. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis jalur. Hasil penelitian menggaris bawahi bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, orientasi kewirausahaan dan inovasi produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terdapat pada variabel orientasi kewirausahaan dan kinerja pemasaran, serta metode analisis yang sama yaitu analisis jalur (Path analysis), sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitiannya.

2. METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Observasi

Observasi adalah suatu cara untuk mengadakan penilaian dengan jalan mengadakan pengamatan secara langsung dan sistematis. Data-data yang diperoleh dalam

observasi itu dicatat dalam suatu catatan observasi. Kegiatan pencatatan dalam hal ini merupakan bagian dari kegiatan pengamatan. Pada penelitian ini peneliti mengadakan pengamatan langsung dan mengadakan pencatatan dari objek yang diteliti mengenai orientasi kewirausahaan, inovasi, dan kinerja pemasaran pada industri kerajinan perak di Desa Celuk Sukawati.

2. Wawancara

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam seperti melakukan wawancara kepada pemilik usaha (*owner*) industri kerajinan perak di Desa Celuk yang berhubungan dengan penyusunan skripsi ini.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film documenter, data yang relevan dengan penelitian. Dengan demikian, dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang diperlukan dengan melakukan pengamatan dokumen-dokumen, literature, dan catatan-catatan perusahaan, kemudian

dilakukan pencatatan secara teliti dan sistematis, untuk merekam data-data yang diperlukan.

4. Kepustakaan

Kepustakaan adalah pengumpulan data dengan cara mengumpulkan atau mendapatkan referensi dari buku-buku dan literature yang mendukung penelitian ini serta mengutip bagian yang dianggap penting.

5. Kuisioner

Metode ini merupakan teknik pengumpulan data dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2010:199). Pada penelitian ini, pernyataan diberikan kepada responden terkait masalah yang dibahas dalam penelitian antara lain mengenai orientasi kewirausahaan, inovasi, serta kinerja pemasaran. Jawaban yang diberikan oleh responden masing-masing diukur dengan menggunakan Skala Likert

Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan statistik yang fokus perhatiannya pada pengumpulan, pengolahan, penyajian, dan penganalisisan data (Wahyuni, (2011:2)). Dalam penelitian ini, analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan data yang

telah terkumpul untuk kemudian disajikan baik dalam bentuk grafik maupun tabel.

2. Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis data yang digunakan untuk memecahkan rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah Analisis Jalur (Path Analysis).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil dan pembahasan yang diperoleh setelah melakukan penelitian ini adalah:

1. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi

Berdasarkan hasil uji empirik diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk variabel orientasi kewirausahaan terhadap inovasisebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan kata lain orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap inovasi pada industri kerajinan perak di Desa Celuk Sukawati.

Jika seorang pengusaha industri kerajinan perak di Desa Celuk Sukawati memiliki sifat, watak, dan kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya dengan tangguh, akan mampu berinovasi memberikan sesuatu yang baru kepada konsumen, sehingga konsumen tidak akan pernah bosan dengan produk yang ditawarkan.

2. Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Pemasaran

Berdasarkan hasil uji empirik diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk variabel Inovasi terhadap kinerja pemasaranebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima, dengan kata lain inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pada industri kerajinan perak di Desa Celuk Sukawati.

Inovasi merupakan suatu mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Oleh sebab itu dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dengan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan. Sehingga dapat meningkatkan daya beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan, seiring dengan hal tersebut kinerja pemasaran perusahaan pun semakin meningkat.

3. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran.

Berdasarkan hasil uji empirik diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima, dengan kata lain orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja

pemasaran pada industri kerajinan perak di Desa Celuk Sukawati.

Orientasi kewirausahaan menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Semakin tinggi orientasi kewirausahaan, semakin tinggi pula kinerja pemasaran. Ini berarti ketika orientasi kewirausahaan naik maka kinerja pemasaran akan mengalami kenaikan dan sebaliknya.

4. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Mediasi Inovasi.

Berdasarkan hasil uji empirik diperoleh $Z_{hitung} (7,051) > Z_{tabel} (1,96)$ dengan demikian inovasi dapat memediasi hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja pemasaran.

Orientasi kewirausahaan merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Oleh karena itu, semakin tinggi orientasi kewirausahaan semakin tinggi pula kinerja pemasaran. Ini berarti ketika orientasi kewirausahaan naik maka kinerja pemasaran akan mengalami kenaikan dan sebaliknya. Sedangkan inovasi merupakan suatu mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Sehingga saat inovasi diterapkan untuk meningkatkan orientasi kewirausahaan, maka akan meningkatkan pula kinerja pemasaran karena inovasi dapat meningkatkan daya beli

konsumen terhadap produk yang ditawarkan, seiring dengan hal tersebut kinerja pemasaran perusahaan pun semakin meningkat.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan, maka penulis mengemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji empirik diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk variabel orientasi kewirausahaan terhadap inovasi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan kata lain orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap inovasi pada industri kerajinan perak di Desa Celuk Sukawati.
2. Berdasarkan hasil uji empirik diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk variabel inovasi terhadap kinerja pemasaran sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima, dengan kata lain inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pada industri kerajinan perak di Desa Celuk Sukawati.
3. Berdasarkan hasil uji empirik diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga

H0 ditolak dan H3 diterima, dengan kata lain orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada industri kerajinan perak di Desa Celuk Sukawati.

4. Berdasarkan hasil uji empirik diperoleh $Z_{hitung} (7,051) > Z_{tabel} (1,96)$ dengan demikian inovasi dapat memediasi hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja pemasaran.

Amabile, Teresa, M dkk., 2005, "Assesing The Work Environment for Creativity", *Academy of management Journal*, 39(5) : 1554-1184.

Andoyo, Rohmad Sri. 2015. Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Pedagang Baju Batik di Pasar Klewer Solo. S.E. Skripsi. Universitas Negeri Semarang.

Kaelan. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Paradigma.

Ninemeir, Jack D, 1995, *Management*, Educational Institute Of AHMA.

Yoeti, 2003, *Manajemen Pemasaran*, Perca, Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiff, Adi Zakaria & Halim, Rizal Edy. 2010. "Analisis Keterkaitan Profil dan Kinerja Partitel di Pasar Tradisional" Dalam *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Volume 3 No. 2. Hal.143-159.
- Aji, Wahyu Purnomo. 2014. Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Daya Saing Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Knalpot: Studi Pada Home Industri Knalpot di Kabupaten Purbalingga. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang.