ABSTRAK

PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING USAHA MIKRO DI KELURAHAN FATULULI

Pada dasarnya keunggulan bersaing merupakan kemampuan suatu usaha untuk menciptakan nilai yang lebih baik dibandingkan pesaing sehingga mampu mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Keunggulan bersaing menjadi tujuan utama yang ingin dicapai oleh setiap pelaku usaha, karena dengan memiliki keunggulan bersaing suatu usaha akan lebih mampu menarik pelanggan, mempertahankan pelanggan, serta meningkatkan kinerja usahanya. Dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, pelaku usaha mikro perlu memiliki orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk agar mampu bersaing dengan usaha lainnya.

Orientasi pasar merupakan kemampuan pelaku usaha dalam memahami keinginan pelanggan, memenuhi kebutuhan pelanggan, serta memantau kualitas produk pesaing sebagai dasar dalam mengambil keputusan usaha. Dengan memahami kondisi pasar, pelaku usaha diharapkan mampu menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing. Selain itu, orientasi kewirausahaan juga menjadi faktor penting karena mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam mencoba ide baru, mengembangkan produk, serta memanfaatkan peluang usaha untuk meningkatkan daya saing. Sementara itu, inovasi produk merupakan upaya pelaku usaha dalam menambah variasi produk, menjaga konsistensi produk, serta melakukan perbaikan kualitas produk agar mampu memberikan nilai tambah bagi konsumen dan meningkatkan keunggulan bersaing usaha.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka dalam penelitian ini peneliti membahas pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha mikro di Kelurahan Fatululi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 65 pelaku usaha mikro yang terdaftar di Kantor Kelurahan Fatululi.

Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 56 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan angket tertutup. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Parsial (Uji t), Uji Simultan (Uji F), dan Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R^2).

Dari hasil penelitian yang dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa secara parsial orientasi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing usaha mikro di Kelurahan Fatululi. Sementara itu, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing usaha mikro di Kelurahan Fatululi. Inovasi produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing usaha mikro di Kelurahan Fatululi. Sedangkan secara simultan orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing usaha mikro di Kelurahan Fatululi.

Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis regresi linear berganda yang menghasilkan persamaan regresi $Y = -13{,}356 + 0{,}400X_1 + 0{,}444X_2 + 0{,}382X_3 + e$. Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel orientasi pasar (X_1) memperoleh nilai t hitung = 0,501, lebih kecil dari t tabel = 2,007, dengan tingkat signifikansi 0,016 > 0,05, sehingga orientasi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan (X_2) memperoleh nilai t hitung = 2,245, lebih besar dari t tabel = 2,007, dengan tingkat signifikansi 0,029 < 0,05, sehingga orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Selanjutnya, hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel inovasi produk (X_3) memperoleh nilai t hitung = 2,886, lebih besar dari t tabel = 2,007, dengan tingkat signifikansi 0,006 < 0,05, sehingga inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Untuk hasil pengujian Uji F diperoleh nilai F hitung = 11,679, lebih besar dari F tabel = 2,78, dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk secara simultan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap keunggulan bersaing usaha mikro di Kelurahan Fatululi. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai Adjusted R^2 sebesar 0,368 atau 36,8%. Hal ini berarti bahwa orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk mampu menjelaskan variasi keunggulan bersaing sebesar 36,8%, sedangkan sisanya sebesar 63,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing.