

**ANALISIS ORIENTASI KEWIRAUSAHAN DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA USAHA MELALUI KEMAMPUAN MANAJEMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA INDUSTRI UKM SEKTOR KULINER DI MEDAN PERJUANGAN)**

**ROMINDO MEGAWATI PASARIBU**

**ABSTRACT**

The Government of North Sumatra has around 2.5 million small and medium enterprises scattered throughout the region. Of these, an estimated 55-60% of them are engaged in culinary (food and beverage). The economic growth of Medan city in general can not be separated from the contribution of SMEs. This can be seen from the number of SMEs quite a lot with the amount of ± 242,890 SMEs consisting of the type of business trading services, handicraft industry, and various other businesses. Based on data at BPS Medan, the number of SMEs reached 99.8% of the overall economic business in Medan. Which means, the number of SMEs to reach 500 times the number of large businesses. However, the contribution of SMEs is estimated to reach only 39.8% while large businesses account for 60.2%. Thus, big business actors show a strong position and the SMEs are still limited.

The purpose of this research are: 1) to know whether the entrepreneurial orientation affect the business performance on SMEs Culinary Sector in Medan Struggle ?, 2) to determine whether market orientation affects business performance on SMEs Culinary Sector in Medan Perjuangan ?, 3) to know Does the entrepreneurial orientation affect the management capabilities of SMEs in the Culinary Sector in Medan Perjuangan ?, 4) to find out whether the market orientation affects the management capabilities of SMEs in the Culinary Sector in Medan Perjuangan ?, and 5) to know whether management capability is able to be a liaison variable between orientation Entrepreneurship and market orientation on business performance in SMEs Culinary Sector in Medan Perjuangan? This research is explanatory research. The location of the research was conducted in Medan City Medan Perjuangan by focusing on SMEs moving in the culinary sector. The time of study started from September 2016 to March 2017. The population in this research is all effort in SMEs in culinary sector. Sampling is done by using purposive sampling. Methods of data collection are done in primary and secondary. Data analysis method used in this research is multiple linear regression. The results of this study indicate that the variables of good entrepreneurship orientation can improve business performance. The implementation of an attitude, innovative, proactive, and courage to take good risks have an important role in supporting the achievement of entrepreneurship orientation, so as to contribute to improving the performance of SMEs culinary sector in Medan Perjuangan. The entrepreneurship orientation is able to contribute both to the ability of management, and the ability of management to improve business performance. Thus, the implementation of entrepreneurial orientation is reflected through risk-taking, and the role of management capacity is defined as the ability to manage conflict, recognize, define and solve problems, motivate and influence others, unable to explain improvement of SMEs' business performance in Medan Perjuangan.

Keywords: Orientation of Entrepreneurship, Market Orientation, Knowledge Management, and Business Performance.

**PENDAHULUAN**

Untuk memperkuat struktur perekonomian nasional dalam menghadapi persaingan global maka diperlukan usaha yang strategis untuk memberdayakan para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UKM). Usaha kecil merupakan salah satu penggerak kehidupan ekonomi modern dandianggap sebagai mesin pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja (Radas dan Bozic, 2009). Menurut Undang- Undang No. 20 Tahun 2008 defenisi usaha

mikro kecil menengah adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Dalam Undang-undang tersebut juga disebutkan bahwa keberadaan UMKM dan pengelolaannya oleh pemerintah dimaksudkan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Usaha Kecil dan Menengah merupakan salah satu entitas pelaku ekonomi yang eksistensinya mendominasi terhadap perekonomian bangsa, baik dipertanian maupun pedesaan.

Pemerintah Sumatera Utara memiliki sekitar 2,5 juta usaha kecil dan menengah yang tersebar di berbagai daerah. Dari sejumlah ini diperkirakan 55-60% diantara bergerak di bidang kuliner (makanan dan minuman). Besarnya persentase dibidang kuliner dikarenakan karakter masyarakat SUMUT yang sangat suka makan. Yang berarti ada berbagai macam jenis menu dan produk kuliner yang ditawarkan ke konsumen. Usaha kuliner ini menggunakan bahan baku yang bervariasi. Mulai dari barang lokal hingga menggunakan bahan impor. Saat melemahnya nilai tukar rupiah saat ini, para pelaku usaha pun kian terpuak setelah kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM). Kehadiran usaha kuliner akan memberikan warna bagi barang lokal. Sehingga memberikan *multiplier effect* (efek ganda), namun seyogianya kuliner yang diperkenalkan merupakan khas dari Medan. Pemerintah juga diharapkan dapat memberikan insentif bagi para pelaku usaha tersebut, keringanan beban pajak kepada pelaku usaha. Ini mengingat UKM selain penopang ekonomi yang mampu bertahan di tengah krisis, juga dapat menyerap tenaga kerja.

Pertumbuhan ekonomi kota Medan secara umum tidak terlepas dari kontribusi para pelaku UKM. Hal ini dapat dilihat dari jumlah UKM yang cukup banyak, dengan jumlah kurang lebih 242.890 UKM yang terdiri dari jenis usaha perdagangan jasa, industri kerajinan dan aneka usaha lainnya. Berdasarkan data pada Badan Pusat Statistik Kota Medan, jumlah para pelaku UKM mencapai 99,8% dari keseluruhan usaha ekonomi yang ada di Kota Medan. Yang artinya, jumlah UKM mencapai 500 kali lipat dari jumlah usaha besar yang ada di Kota Medan. Akan tetapi, kontribusi dari para pelaku UKM diperkirakan baru mencapai 39,8% sedangkan usaha besar mencapai 60,2%. Dengan demikian, para pelaku usaha di sektor yang lebih besar menunjukkan posisi yang kuat dan para pelaku UKM posisinya masih terbatas, (BPS Sumatera Utara, 2014).

Usaha kuliner di daerah Medan Perjuangan semakin mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, hal ini dikarenakan banyaknya universitas yang berada di sekitarnya seperti Universitas Negeri Medan, IAIN, Universitas Medan Area, dan lain-lain. Hal ini merupakan peluang yang cukup baik bagi para pelaku usaha dengan melihat banyak mahasiswa yang akan menjadi konsumen dan sebagian besar dari mahasiswa tersebut adalah anak kost (yang tinggal jauh dari orang tua). Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: 1) Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha pada UKM Sektor Kuliner di Medan Perjuangan? 2) Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja usaha pada UKM Sektor Kuliner di Medan Perjuangan? 3) Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kemampuan manajemen pada UKM Sektor Kuliner di Medan Perjuangan? 4) Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kemampuan manajemen pada UKM Sektor Kuliner di Medan Perjuangan? 5) Apakah kemampuan manajemen berpengaruh mampu menjadi variabel penghubung antara orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha pada UKM Sektor Kuliner di Medan Perjuangan?

Adapun yang menjadi tujuan dan manfaat penellitian kali ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usahapada UKM Sektor Kuliner di Medan Perjuangan?
2. Untuk mengetahui apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja usaha pada UKMSektor Kuliner di Medan Perjuangan?
3. Untuk mengetahui apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kemampuan manajemen pada UKM Sektor Kuliner di Medan Perjuangan?
4. Untuk mengetahui apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kemampuan manajemen padaUKM Sektor Kuliner di Medan Perjuangan?

5. Untuk mengetahui apakah kemampuan manajemen mampu menjadi variabel penghubung antara orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha pada UKM Sektor Kuliner di Medan Perjuangan?

### TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Zimmerer dan Scarborough (2008) kewirausahaan merupakan proses dari penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang dalam memperbaiki kehidupan usaha. Mulyadi mendefinisikan wirausaha dimana seseorang mengorganisasikan, mengoperasikan dan mengperhitungkan resiko untuk sebuah usaha yang akan mendatangkan laba. Sedangkan menurut Wirasasmita dalam Umar (2014), wirausaha merupakan orang yang menyukai usaha-usaha yang lebih menantang untuk mencapai kesuksesan atau kegagalan dari usaha yang kurang menantang. Seseorang dapat dikatakan sebagai seorang wirausaha apabila memiliki sikap berani dalam menerima resiko untuk menjalankan usaha.

Sebuah organisasi atau perusahaan yang beroperasi dalam pasar dapat menemukan orientasi pasar menjadi sumber daya yang berharga dalam menemukan peluang pasar berdasarkan kebutuhan yang terungkap atau kegagalan dari pesaing dalam memenuhi kebutuhan yang diungkapkan atau keduanya. Ruekert dalam Umar (2014), menggambarkan orientasi pasar sebagai tingkat dimana unit bisnis:

1. Memperoleh dan menggunakan informasi dari pelanggan,
2. Mengembangkan suatu strategi yang akan menemukan kebutuhan pelanggan, dan
3. Mengimplementasikan strategi dengan mendengarkan kebutuhan dan kekurangan pelanggan.

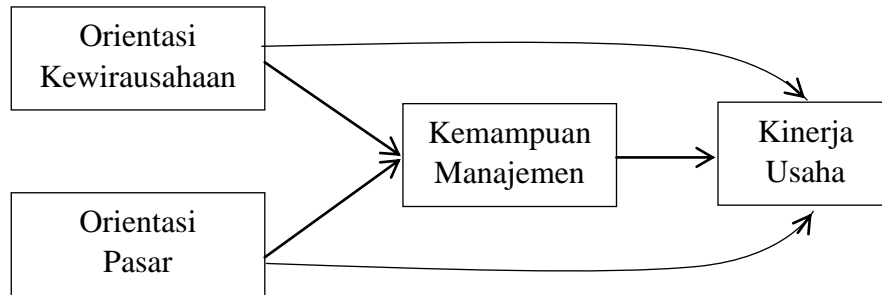
Narver dan Slater dalam Umar (2014), menyatakan bahwa dimensi dari orientasi pasar terdiri dari orientasi pelanggan, orientasi pesaing, koordinasi antarfungsi, fokus pada jangka panjang, dan keuntungan (profitabilitas).

Kemampuan manajemen dalam organisasi yang biasanya diperlukan untuk berkomunikasi dan menerapkan strategi, memelihara hubungan yang menguntungkan dengan para pemangku kepentingan internal dan eksternal dan berpartisipasi dalam alokasi sumber daya organisasi dan penyebaran seperti, budaya organisasi, sistem pembelajaran, inovasi dan kewirausahaan sistem, dan sistem insentif. Menurut Winardi (2005) mendefinisikan kemampuan manajerial adalah kesanggupan mengambil tindakan – tindakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

Glancey dalam Umar (2014) mendefinisikan kinerja adalah merujuk pada tingkat pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu. Kinerja sebuah perusahaan sangat menentukan dalam perkembangan perusahaan.

Berdasarkan pada perumusan masalah, telaah teoritis, penelitian terdahulu dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

- Hipotesis 1 : Semakin baik orientasi kewirausahaan maka kinerja usaha akan semakin meningkat.
- Hipotesis 2 : Semakin baik orientasi kewirausahaan akan meningkatkan kinerja bisnis melalui kemampuan manajemen
- Hipotesis 3 : Semakin baik orientasi pasar maka kinerja usaha semakin meningkat
- Hipotesis 4 : Semakin baik orientasi pasar akan meningkatkan kinerja usaha melalui kemampuan manajemen
- Hipotesis 5 : Semakin baik kemampuan manajemen maka kinerja bisnis akan semakin meningkat.



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran Konseptual**

## METODE PENELITIAN

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian *explanatory research* yang bertujuan untuk membuktikan secara empiris dan menjelaskan adanya pengaruh signifikan mengenai orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, kemampuan manajemen terhadap kinerja usaha pada UKM Sektor Kuliner di Medan Perjuangan, dan selanjutnya menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak teori atau hasil dari penelitian terdahulu.

### 2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kota Medan wilayah Medan Perjuangan dengan memfokuskan pada UKM yang bergerak pada sektor kuliner. Waktu penelitian dimulai dari September 2016 s/d Maret 2017.

### 3. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh usaha pada UKM pada sektor kuliner yang dimiliki dan dikelola sendiri oleh pemiliknya yang masih aktif beroperasi yang berada pada wilayah Medan Perjuangan. Dalam penelitian multivariate (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian (Sekaran, 2006). Jumlah variabel dalam penelitian sebanyak 4 variabel, sehingga jumlah sampel ditentukan sebesar 40 (4 x 10) responden. Penarikan sampel yang dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling*. Adapun kriteria usaha yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Berdiri sendiri bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau besar.
2. Merupakan usaha yang memproduksi olahan makanan
3. Memiliki lokasi dan sarana produksi yang bisa diamati
4. Lamanya usaha berdiri minimal 2 tahun. (Umar 2014)

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner pada UKM Sektor Kuliner di Medan Perjuangan.

### 4. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan penelitian ini adalah data primer yang meliputi data yang berhubungan dengan pernyataan responden terhadap peran orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, kemampuan manajemen, kinerja usahapada UKM. Data primer ini diperoleh atau bersumber dari para responden (manajer/pemilik usaha dengan menyebar kuesioner secara langsung dan wawancara mendalam. Data Sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Dinas Perindustrian dan perdagangan Provinsi Sumatera Utara.

### 5. Identifikasi Variabel

Identifikasi variabel perlu dilakukan untuk memberikan gambaran dan acuan dalam penelitian. Berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan, variabel-variabel dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

#### 1) Variabel Independen (Bebas)

Variabel bebas identik dengan variabel penjelas atau independen atau variabel yang mendahului (*antecedent variable*). Variabel ini biasanya dianggap sebagai variabel prediktor atau penyebab karena memprediksi variabel dependen. Variabel

independen dalam penelitian ini adalah Orientasi Kewirausahaan (X1) dan Orientasi Pasar (X2), serta variabel perantara adalah Kemampuan Manajemen (X3).

**2) Variabel Dependen(terikat)**

Variabel terikat merupakan variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel bebas dan dapat disebut sebagai variabel konsekuensi (*concequent variable*). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kinerja Usaha (Y).

**6. Definisi Operasional**

Definisi operasional variabel pada penelitian ini untuk masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 1**

**Definisi operasional variabel penelitian**

Variabel	Indikator	Item	Skala
Orientasi Kewirausahaan	Inovatif	1. Meningkatkan target usaha yang baru 2. Berusaha kreatif dalam memodifikasi 3. Menciptakan inovasi dalam teknologi produksi. 4. Melibatkan karyawan dalam kegiatan inovasi di perusahaan.	Skala likert
	Proaktif	1. Mengantisipasi peningkatan kapasitas 2. Memperkenalkan produk baru sebelum pesaing melakukannya 3. Mengantisipasi perubahan lingkungan usaha 4. Mengurangi kerugian dalam memproduksi 5. Memonitor lingkungan Bisnis 6. Meningkatkan kualitas produk sebelum para pesaing melakukannya	Skala likert
	Resiko	Menerrima pesanan yang melebihi kapasitas setelah mempertimbangkan resikonya.	Skala likert
Kemampuan Manajemen	Komunikasi Verbal	Komunikasi yang baik dengan karyawan	Skala likert
	Mengatur waktu dan tekanan	Menyerahkan barang pesanan tepat waktu	Skala likert
	Mengatur Keputusan	Pengambilan keputusan berdasarkan pertimbangan matang	Skala likert
	Mengenali, menetapkan dan memecahkan masalah	Pengambilan keputusan berdasarkan pertimbangan matang	Skala likert
	Memotivasi dan Mengarahkan Orang lain	Memotivasi dan Mengarahkan karyawan	Skala likert
	Pendelegasian	Pembagian pekerjaan sesuai <i>job description</i>	Skala likert
	Membangun Tim kerja ( <i>Huyula</i> )	Membentuk Tim Kerja Handal	Skala likert
	Mengatur Konflik ( <i>Dulohupa</i> )	Menyelesaikan konflik baik karyawan maupun pelanggan	Skala likert
Orientasi Pasar	Pengetahuan tentang pasar	1. Mengamati Kebutuhan pelanggan utama 2. Memperhatikan proses keputusan dari	Skala likert

		para pelanggan adalah penting. 3. Memantau strategi para pesaing 4. Memperhatikan kelemahan pesaing 5. Menjaga hubungan dengan partner bisnis. 6. Memperhatikan tren-tren regulasi pemerintah yang berkaitan dengan bisnis	
	Penyebar luasan Informasi Pasar	1. Memperbaharui informasi pelanggan 2. Memperbaharui informasi pesanig Memperbaharui informasi saluran distribusi 3. Memperbaharui informasi kebijakan pemerintah kepada karyawan	Skala likert
	Kontribusi Pemasaran	1. Merencanakan strategi pemasaran berdasarkan pada informasi. 2. Menterjemahkan strategi pemasaran ke dalam rencana-rencana implementasi. 3. Saya (managerial) dan karyawan ikut aktif melakukan penjualan produk. 4. Aktif melakukan komunikasi pemasaran. 5. Melayani pelanggan dengan segala kemampuan yang ada. 6. Menyediakan discount untuk pembelian jumlah besar..	Skala likert
<b>Kinerja Usaha</b>	Pertumbuhan penjualan	Terjadi pertumbuhan atau peningkatan volume penjualan 3 tahun terakhir	Skala likert
	Pertumbuhan laba	Terjadi pertumbuhan atau peningkatan laba 3 tahun terakhir	Skala likert
	Pertumbuhan Asset	Terjadi pertumbuhan atau peningkatan asset 3 tahun terakhir	Skala likert

**7. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

Instrumen dalam penelitian ini dapat dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur dan dapat mengungkapkan data dan variabel-variabel yang diteliti secara konsisten. Validitas merupakan arti seberapa besar ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Pengujian validitas instrumen yaitu menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dengan metode korelasi *product moment pearson*. Kriteria pengujian yang digunakan padainstrumen yang dikatakan valid jika nilai  $r > 0,30$  dan nilai signifikansi  $r$  kolerasi  $<$  dari 95% atau  $\alpha=0,05$  (Sugiyono, 2010).

Pengujian reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *Alpha Cronbach*. Nilai batas (*cut of point*) yang sterna untuk tingkat *Alpha Cronbach* adalah  $> 0,60$  walaupun ini bukan merupakan standar *absolut* oleh Sekaran (2003). Instrumen dianggap telah memiliki tingkat keandalan dapat diterima, jika nilai koefisien reliabilitas yang terukur adalah  $> 0,60$ .

**8. Metode Analisis Data**

Fokus penelitian berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis penelitian adalah hubungan antar variabel, dimana menunjukkan hubungan kausal kompleks dan berjenjang. Hubungan ini melibatkan variabel independen yaitu orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar; variabel dependen yaitu kinerja usaha dan variabel perantara adalah kemampuan manajemen. Permasalahan yang memiliki karakteristik hubungan berjenjang dan jenis variabel semacam ini memerlukan teknik analisis yang dapat menggunakan persamaan simultan dengan teknik estimasi regresi berganda (Hair et al., 2006). Program aplikasi

SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 22 digunakan untuk membantu dalam menganalisis data yang digunakan dalam penelitian.

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari 100 kuesioner yang disebarakan oleh peneliti kepada para pelaku UKM hanya 88 responden yang mengembalikannya, atau tingkat pengembalian kuesioner sebanyak 88% yang artinya hanya 88 kuesioner inilah yang akan dilakukan uji regresi linear berganda. Data responden dijelaskan sebagai berikut:

1. Karakteristik reponden berdasarkan daerah

No	Daerah	Jumlah	Persentase
1	Jalan pasar 3 krakatau	30	0,34
2	Jalan rakyat	28	0,32
3	Jalan setia jadi	30	0,34
	<b>Jumlah</b>	<b>88</b>	<b>100</b>

2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	20	0.23
Perempuan	68	0.77
	<b>88</b>	<b>100</b>

3. Karakteristik berdasarkan pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	10	0,11
SMP	15	0,17
SMA	56	0,64
D3,S1,S2	7	0,08
<b>Jumlah</b>	<b>88</b>	<b>100</b>

4. Karakteristik berdasarkan lama usaha

Lama usaha	Jumlah	Persentase
> 1 tahun	10	0,11
2 tahun	12	0,14
3 tahun	35	0,40
4 tahun	11	0,13
5 tahun	12	0,14
< 5 tahun	8	0,09
<b>Jumlah</b>	<b>88</b>	<b>100</b>

5. Karakteristik berdasarkan jumlah tenaga kerja

Jumlah tenaga kerja	Jumlah	Persentase
1 -3 orang	45	0,51
4 – 6 orang	30	0,34
Lebih dari 6 orang	13	0,15
<b>Jumlah</b>	<b>88</b>	<b>100</b>

6. Deskripsi kondisi umum UKM

Kondisi umum UKM	Jumlah	Persentase
1. Usaha ini dirintis pertama kali oleh		
a. Saya sendiri	65	0,74
b. Warisan orang tua	23	0,26
2. Modal Usaha:		
a. Modal sendiri	56	0,64
b. Keluarga	15	0,14
c. Bank/lembaga keuangan lainnya	17	0,19
3. Daerah Pemasaran:		
a. Lokal	66	0,75
b. Propinsi	17	0,19
c. Luar propinsi	5	0,06

7. Uji Validitas

Variabel	Indikator	Item-item	Nilai Koefisien Korelasi	Keterangan	
Orientasi Kewirausahaan (X1)	Inovatif (X1.1)	X1.11	0,622	Valid	
		X1.12	0,401	Valid	
		X1.13	0,449	Valid	
		X1.14	0,510	Valid	
	Pro aktif (X1.2)	X1.21	0,644	Valid	
		X1.22	0,472	Valid	
		X1.23	0,401	Valid	
		X1.24	0,562	Valid	
		X1.25	0,705	Valid	
		X1.26	0,502	Valid	
	Resiko (X1.3)	X1.31	0,502	Valid	
		X1.32	0,482	Valid	
Orientasi Pasar (X2)	Pengetahuan tentang Pasar (X2.1)	X2.11	0,518	Valid	
		X2.12	0,579	Valid	
		X2.13	0,772	Valid	
		X2.14	0,612	Valid	
		X2.15	0,457	Valid	
		X2.16	0,636	Valid	
	Penyebarluasan Informasi Pasar (X2.2)	X2.21	0,480	Valid	
		X2.22	0,443	Valid	
		X2.23	0,636	Valid	
		X.24	0,670	Valid	
	Kontribusi Pemasaran (X2.3)	X2.31	0,545	Valid	
		X2.32	0,548	Valid	
		X3.33	0,457	Valid	
		X3.34	0,483	Valid	
		X3.35	0,542	Valid	
		X3.36	0,749	Valid	
	Kemampuan Manajemen (Y1)	Kemampuan Manajemen (Y1.1)	Y1.11	0,422	Valid
			Y1.12	0,531	Valid
Y1.13			0,471	Valid	
Y1.14			0,687	Valid	
Y1.15			0,686	Valid	
Y1.16			0,658	Valid	
Y1.17			0,638	Valid	
Y1.18			0,653	Valid	
Kinerja Usaha (Y2)	Kinerja Usaha (Y2.1)	Y2.11	0,928	Valid	
		Y2.12	0,928	Valid	
		Y2.13	0,665	Valid	



8. Uji Realibilitas

Variabel	Indikator	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan (X1)	Inovatif (X1.1)	0,791	Realiablel
	Pro aktif (X1.2)	0,831	Realiablel
	Resiko (X1.3)	0,713	Realiablel
Orientasi Pasar (X2)	Pengetahuan Tentang Pasar (X2.1)	0,829	Realiablel
	Penyebarnya Informasi Pasar (X2.2)	0,814	Realiablel
	Kontribusi Pemasaran (X2.3)	0,766	Realiablel
Kemampuan Manajemen (Y1)	Kemampuan Manajemen (Y1)	0,854	Realiablel
Kinerja Usaha (Y2)	Kinerja Usaha (Y2)	0,916	Realiablel

9. Analisis Regresi Model 1

Regresi linear model 1 yang pertama untuk menjawab H1 dan H2, yang ditampilkan pada tabel berikut:

$R^2 = 0.543$ $F = 87.262$ $Sig = 0.000$			
Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Sig
Konstanta	1.1671	0.899	0.370
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0.410	2.416	0.001
Orientasi Pasar (X2)	0.332	2.122	0.001

Hipotesis 1:

Ho : Orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh dengan kinerja usaha

Ha : Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan dengan kinerja usaha

Nilai t-hitung variabel orientasi kewirausahaan (X1) sebesar 2.416 lebih besar dari t-tabel 1.989 dan pada tabel signifikansi dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0.001 lebih kecil dari 0.05 dengan demikian Ho ditolak, yang berarti orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan dengan kinerja usaha pada para pelaku UKM di wilayah Medan Perjuangan.

Hipotesis 2:

Ho : Orientasi pasar tidak berpengaruh dengan kinerja usaha

Ha : Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan dengan kinerja usaha

Nilai t-hitung variabel orientasi pasar (X2) sebesar 2.112 lebih besar dari t-tabel 1.989 dan pada tabel signifikansi dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0.001 lebih kecil dari 0.05 dengan demikian Hp ditolak, yang berarti orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan dengan kinerja usaha pada para pelaku UKM di wilayah Medan Perjuangan.

10. Analisis Regresi Model 2

Regresi linear model 2 untuk menjawab H3 dan H4, yang ditampilkan pada tabel berikut:

$R^2 = 0.063$ $F = 10.251$ $Sig = 0.002$			
Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Sig
Konstanta	1.856	4.000	0.000
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0.265	3.002	0.002
Orientasi Pasar (X2)	0.345	2.860	0.003

Hipotesis 3:

Ho : Orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh dengan kemampuan manajemen

Ha : Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan dengan kemampuan manajemen

Nilai t-hitung variabel orientasi kewirausahaan (X1) sebesar 3.002 lebih besar dari t-tabel 1.989 dan pada tabel signifikansi dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0.002 lebih kecil dari dari 0.05 dengan demikian Ho ditolak, yang berarti orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan dengan kemampuan manajemen pada para pelaku UKM di wilayah Medan Perjuangan.

Hipotesis 4:

Ho : Orientasi pasar tidak berpengaruh dengan kemampuan manajemen

Ha : Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan dengan kemampuan manajemen

Nilai t-hitung variabel orientasi pasar (X2) sebesar 2.860 lebih besar dari t-tabel 1.989 dan pada tabel signifikansi dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0.003 lebih kecil dari dari 0.05 dengan demikian Hp ditolak, yang berarti orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan dengan kemampuan manajemen pada para pelaku UKM di wilayah Medan Perjuangan.

11. Analisis Regresi Model 3

Regresi linear model 3 untuk menjawab H5, yang ditampilkan pada tabel berikut:

R <sup>2</sup> = 0.23			
F = 12.251 Sig = 0.02			
Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Sig
Konstanta		2.000	0.000
Kemampuan manajemen	0.465	2.561	0.002

Hipotesis 3:

Ho : Kemampuan manajemen tidak berpengaruh dengan kinerja usaha

Ha : Kemampuan manajemen berpengaruh positif dan signifikan dengan kinerja usaha

Nilai t-hitung variabel orientasi kewirausahaan (X1) sebesar 2.561 lebih besar dari t-tabel 1.989 dan pada tabel signifikansi dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0.002 lebih kecil dari dari 0.05 dengan demikian Ho ditolak, yang berarti kemampuan manajemen mampu memediasi variabel orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha para pelaku UKM di wilayah Medan Perjuangan.

**Pembahasan**

1. Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha. Orientasi kewirausahaan yang dimaksud adalah perilaku wirausaha dalam menemukan pasar baru, pelayanan bagi pelanggan, mengalahkan pesaing dalam memanfaatkan peluang-peluang bisnis dan berani melakukan usaha-usaha yang beresiko tinggi. Pelaksanaan orientasi kewirausahaan melalui sikap inovatif yakni perilaku dari wirausaha yang akan meningkatkan adanya preferensi untuk mendukung ide baru dan berpikir kreatif yang akan menghasilkan sesuatu yang baru. Sikap pro aktif adalah perilaku wirausaha yang berkaitan dengan keaktifan dalam mengelola dan pencarian peluang, kemampuan dalam melihat ke depan dan mengantisipasi kondisi persaingan, sedangkan keberanian dalam mengambil resiko.

2. Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel orientasi pasar terhadap kinerja usaha, hal ini didukung oleh fakta secara empiris bahwa orientasi pasar yang semakin baik akan meningkatkan kinerja usaha yang baik pula. Penelitian ini mencerminkan bahwa pelaksanaan orientasi pasar yang direfleksikan dengan pengetahuan tentang pasar, penyebaran informasi pasar, dan kontribusi pemasaran dapat meningkatkan daya saing dan kinerja usaha pelaku UKM sektor kuliner di wilayah Medan Perjuangan. Hasil penelitian ini memperkuat temuan yang ditegaskan oleh Riana (2010), bahwa pengetahuan tentang pasar, penyebaran informasi pasar, dan kontribusi pemasaran dapat meningkatkan daya saing dan kinerja usaha bagi para pelaku UKM. Menurut Gitman dalam Umar (2014) mengungkapkan bahwa kinerja usaha digunakan untuk mengukur

dampak dari strategi perusahaan. Strategi perusahaan selalu diarahkan untuk menghasilkan kinerja bisnis, baik berupa kinerja keuangan maupun kinerja pemasaran (seperti volume penjualan, *market share*, dan tingkat pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba, dan pertumbuhan aset).

3. Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kemampuan manajemen

Hasil penelitian ini memberikan bukti secara empiris bahwa orientasi kewirausahaan mampu memberikan kontribusi yang baik terhadap kemampuan manajemen. Dengan demikian, pelaksanaan orientasi kewirausahaan yang direfleksikan melalui inovatif, sikap pro aktif, dan pengambilan resiko dan peran manajemen pengetahuan direfleksikan dengan kemampuan mengatur konflik, kemampuan mengenal, menetapkan dan memecahkan masalah, memotivasi dan memengaruhi orang lain, dapat menjelaskan peningkatan kinerja usaha pelaku UKM sektor kuliner di wilayah Medan Perjuangan yang dicerminkan oleh pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba, dan pertumbuhan aset.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Latif (2008) dan Degraavel (2011) yang menunjukkan bahwa peran kemampuan manajemen merupakan dasar kuat untuk melakukan inovasi, pengambilan keputusan dalam meningkatkan kinerja usaha. Dan pendapat dari Emadzade (2012) membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan berhubungan positif dengan kemampuan manajemen dan mampu meningkatkan kinerja usaha.

4. Pengaruh orientasi pasar terhadap kemampuan manajemen

Berdasarkan hasil penelitian ini orientasi pasar memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kemampuan manajemen. Artinya bahwa orientasi pasar yang direfleksikan dengan sikap pengambilan resiko seorang pengusaha akan menciptakan orientasi pasar. Variabel orientasi pasar direfleksikan yang direfleksikan dengan kemampuan dalam penyebaran informasi pasar akan mampu meningkatkan kemampuan manajemen. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kohli dan Jaworski dalam Umar (2014), bahwa seorang pelaku UKM yang memiliki keberanian untuk mengambil resiko dan menerima kegagalan akan cenderung lebih suka untuk mengenalkan barang baru dengan jalan penyebaran informasi pasar untuk merespon adanya perubahan permintaan dari para pelanggan. Penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sinkula dan Baker (2009), bahwa orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar adalah dua konsep yang saling berhubungan, namun memberikan pengaruh yang berbeda terhadap kemampuan manajemen.

5. Variabel kemampuan manajemen sebagai variabel mediasi terhadap variabel kinerja usaha

Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa variabel kemampuan manajemen mampu digunakan sebagai variabel mediasi terhadap variabel kinerja usaha. Menurut Latif dan Suci (2008), kemampuan manajemen dapat memberikan kontribusi terhadap kinerja usaha serta dapat diukur dengan indikator sebagai berikut; 1) komunikasi verbal, 2) mengatur waktu dan tekanan, 3) mengatur keputusan-keputusan individu, 4) mengenali, menetapkan dan memecahkan permasalahan, 5) memotivasi dan memengaruhi orang lain, 6) pendelegasian, 7) menetapkan tujuan dan mengartikulasikan visi, 8) kesadaran diri, 9) membangun tim, dan 10) mengatur konflik. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yin (2012), bahwa kemampuan manajemen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha pada usaha kecil yang berorientasi pada ekspor di Jawa Timur. Penelitian yang dilakukan oleh Yin melihat bahwa kemampuan pengusaha tidak signifikan terhadap kinerja usaha kecil yang berorientasi pada ekspor. Hal ini menunjukkan faktor eksternal berperan besar dalam menentukan kinerja usaha dan strategi usaha.

**KESIMPULAN DAN SARAN****Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, pembahasan dan temuan penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan dengan kinerja usaha pada para pelaku UKM di wilayah Medan Perjuangan.
2. Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan dengan kinerja usaha pada para pelaku UKM di wilayah Medan Perjuangan
3. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan dengan kemampuan manajemen pada para pelaku UKM di wilayah Medan Perjuangan.
4. Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan dengan kemampuan manajemen pada para pelaku UKM di wilayah Medan Perjuangan
5. Kemampuan manajemen mampu memediasi variabel orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha para pelaku UKM di wilayah Medan Perjuangan.

**Saran**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, pembahasan dan temuan penelitian, maka dapat disaran sebagai berikut:

1. Para pelaku UKM sektor kuliner di wilayah Medan Perjuangan hendaknya lebih memfokuskan pada variabel orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan kemampuan manajemen serta kinerja usaha dikarenakan variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.
2. Para pelaku UKM sektor kuliner di wilayah Medan Perjuangan lebih memperhatikan indikator keberanian dalam mengambil resiko, kemampuan mengatur konflik, kemampuan mengenal, menetapkan dan memecahkan masalah, memotivasi dan memengaruhi orang lain, pengetahuan tentang pasar, penyebaran informasi pasar merupakan indikator-indikator yang paling dominan sehingga perlu mendapatkan perhatian yang lebih dari para pelaku UKM dan pemerintah yang menangani para pelaku UKM di kota Medan.
3. Dalam upaya mendukung pengembangan industri UKM memerlukan dukungan pemerintah pusat, pemda, swasta, maupun masyarakat khususnya bagi para pelaku UKM yang menjadi kunci sukses dalam meningkatkan kinerja usaha. Kebijakan sistem pengembangan industri UKM langkah awal perbaikan manajemen UKM yang baik dalam rangka mendukung pengembangan di kota Medan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Degravel Daniel, 2011. Managing Organizational Capabilitiesv :The Keystone Step. *Journal of Strategy and Management Vol. 4 No. 3, 2011 pp. 251-274q Emerald Group Publishing Limited 1755-425X DOI 10.1108/17554251111152270*
- Emadzade, Mashayekhi, Abdar, 2012. Knowledge Management Capabilities and Organizational Performance. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, Vol 3, No 11 March 2012.*
- Latif, Daviz A, 2008. Model for Teaching The Management Skills Component of Managerial Effectiveness to Pharmacy Student, Review, p. 377.
- Radas, S. and Bozic, L. 2009. "The Antecedents of SMEs Innovativeness in An Emerging Transition Economy", *Technovation*, 29: 438–450.
- Riana, I Gede. 2010. Dampak Penerapan Budaya Tri Hita Karana Terhadap Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Serta Konsekuensinya Pada Kinerja Usaha (Studi Pada IKM Kerajinan Perak Di Bali). Disertasi Tidak Dipublikasikan
- Suci, 2008 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Dinamika Lingkungan, Kemampuan Manajemen serta Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Disertasi, Program Doktor Ilmu Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Brawijaya, Malang
- Umar Zainal Abidin, 2014. Peran Kemampuan Manajemen Dan Orientasi Pasar Sebagai Mediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Bisnis (Studi Pada

Industri Kecil dan Menengah Pangan Di Gorontalo). Disertasi Universitas Brawijaya Malang. Diakses pada 20 September 2016.

Zimmerer, T.W. dan Scarborough, N.M. 2008. *Essential of Entrepreneurship and Small Business Management*. New Jersey: Prentice Hall international Inc.