

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 2022 hal 403- 410

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Dodol Di Kota Padang Sidempuan

Oleh:

Fikriyah Husna Rambe¹, Eri Yanti Nasution^{2*}

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Fikriyahhusnarmb1@gmail.com, eriyanti@umsu.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of entrepreneurial orientation, product innovation, and competitive advantage on the marketing performance of the dodol business in the city of Padang Sidempuan. The data used is primary data with a sample of 47 SMEs in the culinary sector in the city of Padang Sidempuan. This study uses a quantitative descriptive analysis approach. Based on the results of the analysis, it is explained that partially or simultaneously entrepreneurial orientation, product innovation, and competitive advantage affect the marketing performance of the dodol business in Padangsidimpuan City.

Keyword : orientation, entrepreneurship, innovation, competitive advantage

PENDAHULUAN

Persaingan usaha tidak bisa dihindari pada era digital saat ini. Dengan adanya persaingan, maka setiap usaha dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari luar maupun dari dalam negeri. Untuk itu setiap usaha dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta berbagai perubahan yang ada di lingkungan bisnisnya sehingga mampu bersaing dengan usaha-usaha lainnya. Sudah seharusnya setiap usaha untuk meminimalisasi kelemahan-kelemahannya dan memaksimalkan kekuatan yang dimilikinya. Dengan demikian setiap usaha dituntut untuk mampu memilih dan menetapkan strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan. Para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia juga ikut merasakan persaingan ini. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UMKM (2016), kontribusi UMKM terhadap Product Domestic Bruto (PDB) di Indonesia adalah sebesar 60,34%. Selain itu, UMKM juga telah membantu penyerapan tenaga kerja dalam negeri dengan kontribusi yang meningkat dari 96,99% menjadi 97,22% dalam periode lima tahun terakhir. Proporsi UMKM yang lebih dari 80% telah membuat UMKM menjadi salah satu penunjang yang memiliki eksistensi terhadap perekonomian di Indonesia, salah satunya adalah UMKM sektor kuliner. Menurut Kementerian Koperasi dan UMKM (2016), dari 15 Sektor UMKM pada industri kreatif, kontribusi UMKM pada sektor kuliner yaitu sebesar 32,5% dari Product Domestic Bruto (PDB) di Indonesia.

Dengan meningkatnya jumlah pelaku UMKM, maka pelaku UMKM juga harus mengubah ataupun memperbaiki orientasi kewirausahaannya. Menurut Jaworski dalam (Haji, 2017) orientasi kewirausahaan merupakan budaya perusahaan yang bisa membawa pada meningkatnya kinerja pemasaran. Orientasi kewirausahaan sebagai budaya organisasi yang paling efektif dan efisien untuk menciptakan perilaku-perilaku yang dibutuhkan untuk

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 2022 hal 403- 410

menciptakan superior value bagi pembeli dan menghasilkan superior performance bagi suatu perusahaan. Inovasi produk tidak kalah penting. Inovasi juga dapat dijadikan sebagai salah satu strategi dalam mencapai kinerja pemasaran. Pemilik usaha harus memikirkan tampilan produk agar kelihatan menarik dan masyarakat tertarik dengan produk tersebut. Tujuan utama dari inovasi adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai kinerja pemasaran bagi suatu usaha. Kesuksesan suatu usaha untuk menjaga kelangsungan penjualan produknya terletak pada kemampuannya untuk berinovasi. Menurut Urbancova dalam (Nizam et al., 2020) bahkan inovasi yang diciptakan oleh perusahaan menjadi kunci dari keunggulan bersaing yang menentukan kesuksesan ekonomi dari suatu organisasi. Selain inovasi dan orientasi kewirausahaan untuk meningkatkan kinerja pemasaran, perusahaan diharuskan memiliki keunggulan bersaing. Menurut Hasan dalam (Nizam et al., 2020) dengan memiliki keunggulan bersaing suatu usaha akan mampu bertahan sehingga dalam pengukuran keberhasilannya, daya saing usaha yang ada mendukung kinerja usaha termasuk kinerja pemasaran dari suatu usaha. Keunggulan bersaing dapat dicapai apabila setiap usaha mampu memberikan nilai yang lebih pada kepada pelanggan dari apa yang diberikan oleh pesaingnya. Keunggulan bersaing dapat berasal dari berbagai aktivitas setiap usaha seperti memproduksi, memasarkan, menyerahkan, dan mendukung produknya.

Kota Padangsidempuan merupakan kota terbesar di wilayah Tapanuli. Kota Padang Sidempuan disebut juga sebagai kota salak karena merupakan kota penghasil salak terbesar di Sumatera Utara. Di kota ini usaha dodol menjadi usaha yang tersebar relatif merata, termasuk salah satunya usaha dodol (alame) sampai sekarang tetap bertahan. Di setiap daerah di Indonesia banyak dijumpai berbagai macam dodol namun, dodol di Padangsidempuan memiliki khas tersendiri. Khususnya dari Sibolga ke Padangsidempuan akan menemukan penganan unik dikemas dalam bungkus anyaman pandan seperti tikar, itulah dodol Padangsidempuan. Sebagai penganan yang dilakukan secara turun temurun, tidak semua masyarakat Padang Sidempuan mahir membuat dodol. Hanya sedikit orang yang dapat membuatnya. Dengan lokasi yang kaya akan hasil bumi, bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan dodol terjamin kemurniannya, tepatnya berasal dari bahan-bahan alami. Proses pembuatannya dilakukan secara tradisional yang membuat cita rasanya sangat terjaga. Legit dan lebih kenyal menjadi salah satu kekhasan dodol Padangsidempuan. Keunggulan lainnya setelah selesai dimasak, langsung dimasak dan dijajakan ditempat itu juga. Ada juga varian rasa dari bahan labu, dodol ini populer dengan sebutan dodol alame dan dapat bertahan dalam 2-3 bulan.

Usaha-usaha dodol yang ada di kota Padangsidempuan bervariasi dalam tingkat lamanya usaha maupun nilai keuntungan yang didapatkan. Unit-unit usaha dodol di kota Padang Sidempuan selama ini mendatangkan keuntungan dalam nilai nominal yang cukup memuaskan. Lama usaha serta keuntungan yang diperoleh dapat dijadikan ukuran dalam keberhasilan kinerja pemasaran yang diperoleh dari usaha dodol yang ada di kota Padangsidempuan. Meski begitu, bertambahnya jumlah pesaing dari waktu ke waktu dapat menjadi permasalahan bagi pemilik usaha yang ada. Hal ini disebabkan karena pesaing baru memiliki strategi ataupun pemikiran yang inovatif dalam bersaing mendapatkan pelanggan. Di tengah persaingan yang ada, saat pengelola usaha yang baru berusaha bersaing dengan merebut pasar, pelaku usaha yang telah ada harus mampu mempertahankan pasar yang dimiliki.

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami----->

Vol 3 No 2 2022 hal 403- 410

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori, yang bertujuan untuk yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel penelitian dan hipotesis pengujian (Nasution, Fahmi, Jufrizen, Muslih, & Prayogi, 2020). Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, yaitu suatu konsep/ide diukur dengan menggunakan teknik yang menghasilkan angka-angka. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM dodol di kota Padangsidempuan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik sampel jenuh (sensus) dengan jumlah populasi 47 pelaku UMKM dodol salak. Pemaparan yang dikemukakan (Sugiyono, 2017) teknik sampling jenuh adalah teknik pengambilan penentuan sampel bila semua populasi digunakan sebagai sampel. Maka dari itu, penulis memilih menggunakan sampel jenuh (sensus) karena jumlah populasi yang relatif kecil. Sehingga sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 47 responden yaitu UMKM dodol di kota Padangsidempuan. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk melihat korelasi setiap variabel, uji t (parsial), uji F (simultan, serta uji koefisien determinasi untuk melihat besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat pada penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda bertujuan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini. Analisis ini digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel Orientasi Kewirausahaan (X1), Inovasi Produk (X2), dan Keunggulan Bersaing (X3) terhadap variabel dependen yaitu Kinerja Pemasaran (Y). pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 1
Pengaruh Variabel

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,213	3,236		,375	,710		
X1	,583	,074	,624	7,890	,000	,726	1,377
X2	,130	,061	,156	2,136	,038	,853	1,173
X3	,373	,097	,325	3,858	,000	,639	1,565

Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah)

Dengan demikian maka hasil perhitungan statistik dapat dituliskan persamaan regresi linier berganda simultan sebagai berikut:

$$Y = 1,213 + 0,583X1 + 0,130X2 + 0,373X3$$

Dari hasil persamaan regresi diatas diketahui hasil dari penelitian sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 1,213, artinya jika variabel Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing bernilai nol atau konstan, maka variabel Kinerja Pemasaran akan bernilai 1,213.
2. Koefisien regresi pengaruh Orientasi Kewirausahaan sebesar 0,583 menjelaskan setiap adanya kenaikan satu satuan pada Orientasi Kewirausahaan maka akan dapat meningkatkan Kinerja Pemasaram Usaha Dodol di Kota Padangsidempuan sebesar 0,583,

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 2022 hal 403- 410

artinya terdapat pengaruh positif variabel Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Dodol di Kota Padangsidempuan.

3. Koefisien regresi pengaruh Inovasi Produk sebesar 0,130 menjelaskan setiap adanya kenaikan satu satuan pada Inovasi Produk yang dirasakan pelanggan maka akan dapat meningkatkan Kinerja Pemasaran Usaha Dodol di Kota Padangsidempuan sebesar 0,130, artinya terdapat pengaruh positif variabel Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Dodol di Kota Padangsidempuan.
4. Koefisien regresi Keunggulan Bersaing sebesar 0,373 menjelaskan setiap adanya kenaikan satu satuan pada Keunggulan Bersaing yang dirasakan pelanggan maka akan dapat meningkatkan Kinerja Pemasaran Usaha Dodol di Kota Padangsidempuan sebesar 0,373, artinya terdapat pengaruh positif variabel Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Dodol di Kota Padangsidempuan.

Uji-t (parsial)

Uji ini dilakukan untuk melihat pengaruh secara parsial atau sendiri-sendiri antara variabel independen terhadap variabel dependent. Dengan menganggap variabel lainnya konstan. Bila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dengan signifikansi 5% maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka dapat disimpulkan variabel independen tidak berpengaruh terhadap dependen.

Adapun hasil pengujian yang diperoleh dari SPSS 23 adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,213	3,236		,375	,710
X1	,583	,074	,624	7,890	,000
X2	,130	,061	,156	2,136	,038
X3	,373	,097	,325	3,858	,000

Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah)

Berikut adalah hasil olah data sesuai dengan hasil olah data pada tabel 2 :

1. Pengaruh secara parsial variabel Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Dodol di Kota Padangsidempuan Dari hasil perbandingan nilai koefisien regresi dengan standar eror diperoleh nilai t hitung untuk pengaruh variabel Orientasi Kewirausahaan adalah sebesar 7,890 pada batasan nilai probabilitas signifikansi 0,000. Sementara nilai t_{tabel} pada df 47 dan tingkat signifikan 5% adalah sebesar 2,01174. Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t_{tabel} sehingga dapat diambil suatu keputusan bahwa hipotesis alternatif (H_a) dapat diterima dan menolak hipotesis nol (H_0), artinya Orientasi Kewirausahaan (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran (Y) konsumen Dodol di Kota Padangsidempuan.
2. Pengaruh secara parsial variabel Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Dodol di Kota Padangsidempuan

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 2022 hal 403- 410

Dari hasil perbandingan nilai koefisien regresi dengan standar eror diperoleh nilai t hitung untuk pengaruh variabel Inovasi Produk adalah sebesar 2,136 pada batasan nilai probabilitas signifikansi 0,038. Sementara nilai t_{tabel} pada df 47 dan tingkat signifikan 5% adalah sebesar 2,01174. Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t_{tabel} sehingga dapat diambil suatu keputusan bahwa hipotesis alternatif (H_a) dapat diterima dan menolak hipotesis nol (H_o), artinya Inovasi Produksi (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran (Y) konsumen Dodol di Kota Padangsidempuan.

- Pengaruh secara parsial variabel Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Dodol di Kota Padangsidempuan. Dari hasil perbandingan nilai koefisien regresi dengan standar eror diperoleh nilai t hitung untuk pengaruh variabel Keunggulan Bersaing adalah sebesar 3,858 pada batasan nilai probabilitas signifikansi 0,000. Sementara nilai t_{tabel} pada df 47 dan tingkat signifikan 5% adalah sebesar 2,01174. Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t_{tabel} sehingga dapat diambil suatu keputusan bahwa hipotesis alternatif (H_a) dapat diterima dan menolak hipotesis nol (H_o), artinya Keunggulan Bersaing (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran (Y) konsumen Dodol di Kota Padangsidempuan.

Uji Secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama (secara simultan). Bila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ dengan tingkat signifikan 5% maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ tingkat signifikan 5% maka dapat disimpulkan variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil Uji F dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel
Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	636,741	3	212,247	58,977	,000 ^b
	Residual	154,749	43	3,599		
	Total	791,489	46			

Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah)

Hasil pembagian Mean Square regresi dengan Mean Square residual diperoleh nilai F hitung sebesar 58,977 dengan batasan nilai probabilitas signifikansi adalah 0,000. Sementara nilai F tabel pada taraf signifikan 5% dan df 43 adalah sebesar 2,82. Dengan demikian nilai F hitung (58,977) lebih besar dari F tabel (2,82) sehingga dapat diambil suatu keputusan yaitu menerima hipotesis alternatif (H_a) dan menolak hipotesis H_o , artinya Orientasi Kewirausahaan (X_1), Inovasi Produk (X_2), dan Keunggulan Bersaing (X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Dodol di Kota Padangsidempuan.

Uji Determinasi

Sementara koefisien determinasi adalah suatu koefisien yang menjelaskan besarnya pengaruh salah satu variabel bebas terhadap variabel tak bebasnya dengan anggapan variabel-variabel lain tidak diketahui. Hasil uji determinasi dapat dilihat pada tabel berikut.

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 2022 hal 403- 410

Tabel
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,897 ^a	,804	,791	1,89705

Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah)

Dari hasil output SPSS di peroleh Adjusted R Square adalah sebesar 0,804. Nilai Adjusted R Square sebesar tersebut menjelaskan, peran variabel Orientasi Kewirausahaan (X_1), Inovasi Produk (X_2), dan Keunggulan Bersaing (X_3) dalam mempengaruhi Kinerja Pemasaran (Y) konsumen Dodol di Kota Padangsidempuan adalah sebesar 0,804 atau 80,4%. Sementara sisa (nilai residu) dari peran variabel tersebut adalah sebesar 0,196 atau 19,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Dari hasil perbandingan nilai koefisien regresi dengan standar eror diperoleh nilai t hitung untuk pengaruh variabel Orientasi Kewirausahaan adalah sebesar 7,890 pada batasan nilai probabilitas signifikansi 0,000. Sementara nilai $t_{\text{-tabel}}$ pada df 47 dan tingkat signifikan 5% adalah sebesar 2,01174. Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai $t_{\text{-tabel}}$ sehingga dapat diambil suatu keputusan bahwa hipotesis alternatif (H_a) dapat diterima dan menolak hipotesis nol (H_o), artinya Orientasi Kewirausahaan (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran (Y) konsumen Dodol di Kota Padangsidempuan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Arif & Widodo, 2011) yang berjudul “Model Peningkatan Kinerja Pemasaran dalam Konteks Adaptabilitas Lingkungan” bahwa hasil penelitian ini membuktikan Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Dari hasil perbandingan nilai koefisien regresi dengan standar eror diperoleh nilai t hitung untuk pengaruh variabel Inovasi Produk adalah sebesar 2,136 pada batasan nilai probabilitas signifikansi 0,038. Sementara nilai $t_{\text{-tabel}}$ pada df 47 dan tingkat signifikan 5% adalah sebesar 2,01174. Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai $t_{\text{-tabel}}$ sehingga dapat diambil suatu keputusan bahwa hipotesis alternatif (H_a) dapat diterima dan menolak hipotesis nol (H_o), artinya Inovasi Produk (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran (Y) konsumen Dodol di Kota Padangsidempuan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Djayadiningrat et al., 2017) yang berjudul “Peran Inovasi Produk Memediasi Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Sektor Industri Makanan Kota Denpasar” bahwa hasil penelitian ini menyatakan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Dari hasil perbandingan nilai koefisien regresi dengan standar eror diperoleh nilai t hitung untuk pengaruh variabel Keunggulan Bersaing adalah sebesar 3,858 pada batasan nilai probabilitas signifikansi 0,000. Sementara nilai $t_{\text{-tabel}}$ pada df 47 dan tingkat signifikan 5% adalah sebesar 2,01174. Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai $t_{\text{-tabel}}$ sehingga dapat diambil suatu keputusan bahwa hipotesis alternatif (H_a) dapat diterima dan menolak hipotesis nol (H_o), artinya Keunggulan Bersaing (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran (Y) konsumen Dodol di Kota Padangsidempuan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Djodjobo & Tawas, 2014) yang berjudul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado”

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 2022 hal 403- 410

menunjukkan hasil bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran. Hasil pembagian Mean Square regresi dengan Mean Square residual diperoleh nilai F hitung sebesar 58,977 dengan batasan nilai probabilitas signifikansi adalah 0,000. Sementara nilai F tabel pada taraf signifikan 5% dan df 43 adalah sebesar 2,82. Dengan demikian nilai F hitung (58,977) lebih besar dari F tabel (2,82) sehingga dapat diambil suatu keputusan yaitu menerima hipotesis alternatif (H_a) dan menolak hipotesis H_o , artinya Orientasi Kewirausahaan (X_1), Inovasi Produk (X_2), dan Keunggulan Bersaing (X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran (Y) konsumen Dodol di Kota Padangsidimpuan. Dari hasil output SPSS di peroleh Adjusted R Square adalah sebesar 0,791. Nilai Adjusted R Square sebesar tersebut menjelaskan, peran variabel Orientasi Kewirausahaan (X_1), Inovasi Produk (X_2), dan Keunggulan Bersaing (X_3) dalam mempengaruhi Kinerja Pemasaran (Y) Dodol di Kota Padangsidimpuan adalah sebesar 0,804 atau 80,4%. Sementara sisa (nilai residu) dari peran variabel tersebut adalah sebesar 0,196 atau 19,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini. Dalam kinerja pemasaran terhadap suatu produk, para penjual akan menawarkan nilai unggul terhadap produk yang ditawarkan. Dengan orientasi kewirausahaan yang baik dan positif, inovasi produk yang menarik di pasar akan lebih menarik calon konsumen. Hal ini tentunya juga berkaitan erat dengan keunggulan bersaing.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran. Kesimpulan penelitian ini berdasarkan hasil penelitian adalah : Orientasi Kewirausahaan secara parsial berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Dodol di Kota Padangsidimpuan. Inovasi Produk secara parsial berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Dodol di Kota Padangsidimpuan. Keunggulan Bersaing secara parsial berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Dodol di Kota Padangsidimpuan. Orientasi kewirausahaan, Inovasi produk, dan Keunggulan bersaing secara simultan berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Dodol di Kota Padangsidimpuan.

REFERENSI

- Arif, A. L., & Widodo. (2011). Model Peningkatan Kinerja Pemasaran dalam Konteks Adaptabilitas Lingkungan. *Analisis Manajemen*, 5(1), 30–44.
- Djayadiningrat, A., Sukaatmadja, I., & Yasa, N. (2017). Peran Inovasi Produk Memediasi Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Imk Sektor Industri Makanan Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(9), 4978–5004.
- Djodjobo, C. V., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3), 1214–1224.
- Haji, S. (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing. *Samsul Haji Arifin Rois*, 6(2), 83–95.
- Nasution, M. I., Fahmi, M., Jufrizen, J., Muslih, M., & Prayogi, M. A. (2020). The Quality of Small and Medium Enterprises Performance Using the Structural Equation Model-Part Least Square (SEM-PLS). *Journal of Physics: Conference Series*, 1477(2020), 1–7.

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 2022 hal 403- 410

Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm. Jurnal EMA, 5(2), 1214–1224.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.