

FAKTOR-FAKTOR KEUNGGULAN BERSAING DAN IMPLIKASI TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

Wely Hadi Gunawan

welihadigunawan@uniku.ac.id

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan

ABSTRACT

Small and Medium Enterprises (SMEs) are an important part for the community. Matters relating to the performance of SMEs should be noted by research. Based on the data released by the Koperasi Pembudidayaan Lele Mandiri Cirebon regency addressing SMEs decreased production of catfish annual management throughout the year from April to July 2015 through March to June 2016. Therefore, this study was conducted to determine how improve the performance of the company from the SME management of catfish in the district of Cirebon. This research was conducted by analyzing the factors that influence entrepreneurial orientation with variable market orientation and competitive advantage variable as an intervening variable. This study develops a theoretical model based structural Equation Model (SEM) were tested using Amos 1.8 as an analytical tool. Respondents of this study is SMEs Lele Cirebon regency totaling 120 people. The results of this study show that entrepreneurial orientation positive effect on company performance, market orientation positive effect of competitive advantage, superiority positive effect on the company's performance, entrepreneurial orientation does not affect the competitive advantage, market orientation does not affect the performance of the company, due to the very short time researchers distributing questionnaires that many respondents could not be interviewed in depth.

Keywords : *entrepreneurial orientation, market orientation, Competitive Advantage and Corporate Performance.*

Pendahuluan

Pembudidayaan ikan air tawar termasuk ikan lele menjadikan primadona dan sudah banyak dilakukan oleh masyarakat, terutama dengan semakin banyak bisnis warung makan pecel lele di daerah Jawa Barat termasuk Kabupaten Cirebon. Masyarakat Indonesia mulai mengkonsumsi ikan lele sebagai hidangan makanan sehari-hari. Ikan yang menjadikan salah satu primadona banyak digemari oleh masyarakat sehingga tidak sedikit masyarakat untuk memilih ikan ini sebagai tambahan penghasilan sekaligus budidaya dan ternak ikan lele, dikarenakan permintaan masyarakat

untuk ikan lele mengalami peningkatan, dengan hal tersebut pengelolaan budidaya ikan lele mengalami peningkatan permintaan, pengelolaan budi-daya dan ternak ikan lele yang mudah dan tidak membutuhkan perhatian yang lebih intensif seperti ikan lainnya dan memiliki keuntungan besar sehingga banyak diminati para pengusaha agrobisnis

Kabupaten Cirebon dikenal sebagai produsen ikan lele yang dibantu oleh Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Cirebon, dan dengan dilakukan beberapa kegiatan dengan tujuan mewujudkan kualitas perikanan yang berkelanjutan yang didukung oleh sumber daya manusia

kelautan dan perikanan budidaya saing dan iptek yang inovatif agar terciptanya kemajuan dalam pembudidayaan ikan lele di Kabupaten Cirebon. Masyarakat Kabupaten Cirebon membentuk Koperasi Pembudidayaan Lele Mandiri (KOPE-LEMA) tempat berkumpulnya para pengusaha pembudidayaan ikan lele yang berada di Kabupaten Cirebon.

Kegiatan budidaya ikan lele dikatakan sangat unik karena ikan lele adalah hewan yang berdarah dingin dan hidup di dalam media air. Cuaca sangat mempengaruhi kegiatan budidaya ikan lele karena cuaca yang tidak menentu akan membuat produksi pemijahan ikan lele menurun, disaat cuaca sangat bagus, menurut para penjual benih ikan lele pemijahan ikan lele disaat musim hujan bisa mencapai 90%. Namun disaat musim kemarau pemijahan ikan lele menurun drastis. Benih ikan lele dijual usia dua bulan dari telur atau ukuran 6x9 sentimeter, pemijahan ikan lele yang sudah besar biasanya dipindahkan ke terpal – terpal yang sudah di isi air agar tidak terjadi kanibalisme karena dikhawatirkan ikan lele yang sudah besar memakan ikan lele yang lebih kecil sehingga harus disortir dengan cara diayak memakai alat khusus. Permintaan terhadap ikan lele terus meningkat sehingga memicu banyak permintaan namun penawaran terhadap pasar yang sedikit. Semakin banyaknya produsen yang tidak memenuhi permintaan pasar maka akan menimbulkan suatu kenaikan harga pada pasar.

Tahun	Nilai (Ton)
Triwulan I April 2015 – Juli 2015	1828 Ton
Triwulan II Agustus 2015 – November 2015	1359 Ton
Triwulan III Desember 2015 – Maret 2016	1078 Ton

Sumber : Koperasi Pembudidayaan Lele Mandiri Kabupaten Cirebon.

Masalah penelitian ini adalah timbulnya ketidakstabilan harga ikan lele yang mempengaruhi kinerja perusahaan sehingga mengakibatkan nilai produksi tidak maksimal. Jenis lele dan nilai produksi pada triwulan I dan triwulan II terjadi penurunan produksi ikan lele sebesar 0,256% , begitu pula pada triwulan III dan triwulan IV sebesar 0,608%.

Telaah Pustaka, Kerangka Teoritis dan Hipotesis

Perusahaan dengan aktivitas kewirausahaan yang tinggi berarti tampak dari tingginya semangat yang tidak pernah padam karena hambatan, rintangan, dan tantangan. Sikap aktif dan dinamis adalah kata kuncinya.

Sesorang berani mengambil risiko dapat didefinisikan sebagai seseorang yang berorientasi pada peluang dalam ketidakpastian konteks pengambilan keputusan. Hambatan risiko merupakan faktor kunci yang membedakan per-usahaan dengan jiwa wirausaha dan tidak. Fungsi utama dari tingginya orientasi kewirausahaan adalah bagaimana melibatkan pengukuran risiko dan pengambilan risiko secara optimal. Peranan

berusaha juga sangat memegang peranan penting dalam kemampuan pimpinan, selain tingkat pendidikan dan kemampuan pengambilan risiko, karena dengan pengalaman berusaha yang tinggi maka kemampuan pimpinan untuk melihat keinginan konsumen pada suatu produk juga sangat tinggi (Hadjimanolis, 2000 ,p.237). Orientasi pasar merupakan bu-daya bisnis dimana organisasi mempunyai komitmen untuk terus berkreasi dalam menciptakan nilai unggul bagi pelanggan. Narver dan Slater (1990,p.21) mendefinisikan orientasi pasar sebagai budaya organisasi yang paling efektif dalam menciptakan perilaku penting untuk penciptaan nilai unggul bagi pembeli serta kinerja dalam bisnis.

Sedangkan Uncles (2000,p.1) mengartikan orientasi pasar sebagai suatu proses dan aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan dan pemuasan pelanggan dengan cara terus menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan. Penerapan orientasi pasar akan membawa peningkatan kinerja bagi perusahaan tersebut.

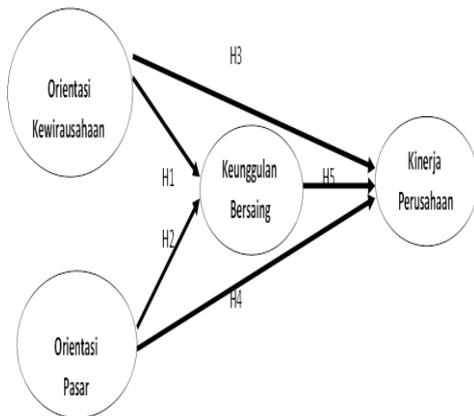
Narver dan Slater (1990,p. 21 - 22) menyatakan bahwa orientasi pasar terdiri dari tiga komponen yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi interfunksional. Orientasi pelanggan dan orientasi pesaing termasuk semua aktivitasnya dilibatkan dalam memperoleh informasi tentang pembeli dan pesaing pada pasar yang dituju dan menyebarkan melalui bisnis, sedangkan koordinasi interfunksional didasarkan pada informasi pelanggan serta pesaing dan terdiri dari usaha bisnis yang terkoordinasi.

Pada dasarnya setiap perusahaan yang bersaing dalam suatu lingkungan industri mempunyai keinginan untuk dapat lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Ferdinand (2000) menyatakan bahwa pada pasar yang bersaing, kemampuan perusahaan menghasilkan kinerja, terutama kinerja keuangan, sangat bergantung pada derajat keunggulan kompetitifnya. Pengertian ini terkait dengan posisi perusahaan dibandingkan dengan apa pesaingnya. Perusahaan yang terus memperhatikan perkembangan kinerjanya dan berupaya untuk meningkatkan kinerja tersebut memiliki peluang mencapai posisi persaingan yang baik maka sebenarnya perusahaan telah memiliki modal yang kuat untuk terus bersaing dengan perusahaan lain (Dogre dan Vickrey ,1994,p.669-670).

Untuk melanggengkan keberadaannya, keunggulan bersaing perusahaan tersebut juga harus berkelanjutan, karena pada dasarnya perusahaan ingin melanggengkan keberadaannya. Kinerja perusahaan merupakan ukuran keberhasilan dari suatu perusahaan yang diukur setiap jangka waktu yang telah ditentukan. Hasil ini dapat dikatakan sebagai nilai dari setiap aktivitas yang telah disusun dan dilaksanakan untuk dapat mengidentifikasi apakah strategi yang dibuat dan pelaksanaan adalah tepat malah sebaliknya.

Model Pemikiran Teoritis

Dari hasil telaah pustaka dan penelitian terdahulu dapat ditarik suatu hipotesis sementara yang kemudian akan dibuktikan kebenarannya pada penelitian ini :



Metode Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subyek yaitu data berupa opini, sikap, pengalaman, atau karakteristik seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek penelitian (responden).

Dalam hal ini data primer didapat dari pemilik UKM pengelola budidaya ikan lele di Kabupaten Cirebon sebagai responden. Menggunakan metode survey, yaitu metode wawancara langsung dengan responden dan menggunakan daftar kuesioner. Adapun yang termasuk dalam kategori data yang didapat ini berhubungan dengan variabel yang akan diteliti, untuk data sekunder adalah pengelola budidaya ikan lele yang dikeluarkan oleh Koperasi Pembudidayaan Lele Mandiri Kabupaten Cirebon.

Dalam penelitian ini populasinya adalah pemilik UKM pengelola budidaya ikan lele di Kabupaten Cirebon sebanyak 120. Teknik sampling yang akan digunakan

dalam penelitian ini adalah metode purposive random sampling yang dipilih berdasarkan sample yang dibatasi pada elemen – elemen yang dapat membentuk informasi berdasarkan pertimbangan. Pertimbangan untuk res-ponden adalah para pemilik pengelola budidaya ikan lele. Pemilihan metode ini salah satunya dilatar belakangi keterbatasan waktu dan biaya penelitian, namun pertimbangan dan representasi populasi diharapkan tetap tidak terganggu. Metode analisis yang digunakan dalam studi kasus ini adalah metode SEM.

Hasil dan Pembahasan Hasil SEM

Hasil Pengujian Kelayakan

Model Analisis SEM

Goodness of Fit Indeks	Cut-off Value	Hasil Analisis	Evaluasi Model
Chi-Square	<113,576 df 71	98,456	Baik
Probability	□ 0.05	0.017	Marjinal
RMSEA	□ 0.08	0.057	Baik
GFI	□ 0.90	0.898	Marjinal
AGFI	□ 0.90	0.850	Marjinal
CMI	≤2,00	1.387	Baik
N/df	□ 0.95	0.961	Baik
TLI			
CFI	□ 0.95	0.969	Baik

Sumber : Data Penelitian yang diolah, 2016.

Standardized Regression Weight

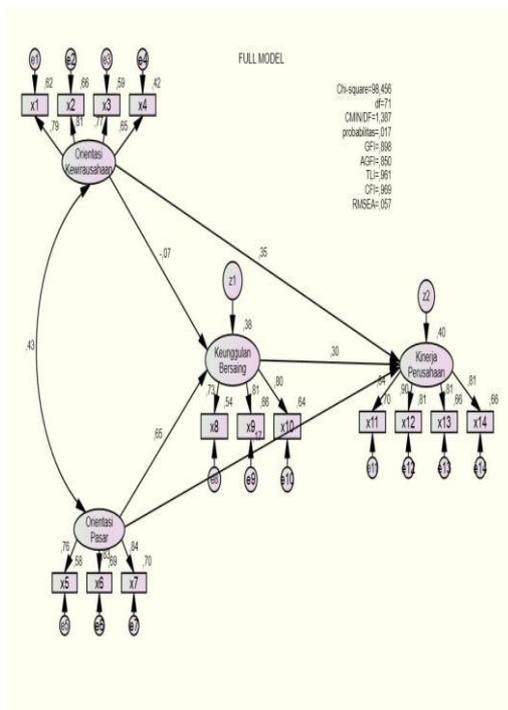
	Estimate	S.E.	C.R.	P Label
Keunggulan_Bersaing <-- Orientasi_Kewirausahaan	-.069	.106	-.647	.517 par_10
Keunggulan_Bersaing <-- Orientasi_Pasar	.534	.101	5.304	*** par_11
Kinerja_Perusahaan <-- Keunggulan_Bersaing	.397	.165	2.407	.016 par_12
Kinerja_Perusahaan <-- Orientasi_Kewirausahaan	.450	.136	3.308	*** par_13
Kinerja_Perusahaan <-- Orientasi_Pasar	.182	.146	1.247	.212 par_14

Sumber : Data Penelitian yang diolah. 2016.

Pengujian Model

Pengujian Hipotesis 1

Parameter estimasi anantara pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing menunjukkan hasil tidak berpengaruh dengan nilai CR sebesar -0,647 dengan probabilitas sebesar 0,517.



Dengan demikian orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Pengujian Hipotesis 2

Parameter estimasi anantara orientasi

kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan menunjukkan hasil yang positif dengan nilai CR 3,308.

Dengan demikian orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

Pengujian Hipotesis 3

Parameter estimasi antara orientasi pasar yang positif terhadap keunggulan bersaing dengan nilai CR 5,304 probabilitas sebesar 0,001.

Dengan demikian orientasi pasar berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.

Pengujian Hipotesis 4

Parameter estimasi antara orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan menunjukkan hasil yang positif dengan nilai CR 1,247.

Dengan demikian orientasi pasar tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Pengujian Hipotesis 5

Parameter estimasi antara keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan menunjukkan hasil yang positif dengan nilai CR sebesar 2,407 dengan probabilitas sebesar 0,016.

Dengan demikian kinerja perusahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.

Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan implikasi bukan hanya dalam pengembangan teoritis, tetapi

juga dalam pengembangan managerial.

Hasil penelitian ini selain bermanfaat dalam pengayaan ilmu khususnya manajemen strategi tetapi bermanfaat bagi pengembangan UKM pengelolaan budidaya ikan lele di Kabupaten Cirebon.

UKM budidaya ikan lele diharapkan dengan orientasi kewirausahaan melalui bersifat fleksibel dan imaginative yang merupakan bagian penting bagi wirausaha, dapat merencanakan dan memberikan informasi tentang bagaimana tindakan dimasa depan yang dapat membantu pengusaha dalam pemilihan strategik mereka, berani mengambil resiko dapat dilakukan dengan mengembangkan produk baru dan memasuki pasar baru, memiliki banyak pengalaman berbisnis memudahkan dalam menjalankan bisnis dibandingkan dengan belum memiliki pengalaman berbisnis.

Daftar Pustaka

- Baker, W.E. and Sinkula, J.M (2009) "The Complementary Effects of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation on Profitability in small Businesses." *Journal of Small Business Management*, Vol 47, No. 4, p.443-464.
- Droge, Cornelia & Shownee Vickrey. 1994. "Source And Outcomes Of Competitive Advantage: An Explanory Study In The Furniture Industry". *Decision Sciences*. P.669-689
- Ferdinand, Augusty. (2000). "Manajemen Pemasaran : Sebuah Pendekatan Strategy". *Research Paper Series*. No.01 Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro
- Ferdinand, A. 2002, *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hadjimanolis, Athanasios, 2000, "An Investigation of Innovation antecedents in small Firms in the Context of a small Developing Country, R & D Management, vol.30.
- Narver, J.C., & Slater, S.F. (1990). "The Effect of Market Orientation on Product Innovation". *Journal of Marketing*. p.20-35.
- Uncles, Mark, 2000, "Market Orientation", *Australian Journal Of Management*, Vol. 25, No.2