

DISERTASI

**PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP KINERJA PEMASARAN YANG DIMEDIASI INOVASI DAN
KEUNGGULAN BERSAING PADA USAHA KECIL MENENGAH
MAKANAN BERBASIS KEARIFAN LOKAL
DI KABUPATEN BOGOR**

**Memenuhi Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Doktor Ilmu Ekonomi**



Oleh:

**IMAM SURYONO
21078000024**

**PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU EKONOMI
PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
2024**

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Ujian Akhir Disertasi tahap II
A.n Imam Suryono, SE., MM. (NPK:21078000024)
Pada Hari/Tanggal: Selasa, 23 Juli 2024
Panitia Ujian Akhir Disertasi Tahap II

1. Prof. Dr. Widji Astuti, S.E., M.M., CPMA
(Promotor)
2. Dr. Harianto Respati, S.E., M.M.
(Ko-Promotor)
3. Dr. Inam Wibowo, S.E., M.Si.
(Penyanggah)
4. Prof. Dr. Anwar Sanusi, S.E., M.Si.
(Penyanggah)
5. Prof. Dr. Grahita Chandrarin, M.Si, Ak., CA.
(Penyanggah)
6. Prof. Dr. Lilik Kustiani, S.S., M.M.
(Penyanggah)
7. Prof. Dr. Bogo Triatmanto, S.S., M.M.
(Penyanggah)
8. Dr. Bambang Supriadi, S.E., M.M.
(Penyanggah)
9. Dr. Ir. Harsono, M.S.
(Penyanggah)

Ditetapkan berdasarkan Surat Keputusan
Direktur Program Pascasarjana Universitas Merdeka Malang
Nomor : Kep.373/PPs/UM/VII/2024
Tanggal : 15 Juli 2024

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, mahasiswa peserta Program Doktor (S3) Ilmu Ekonomi Program Pascasarjana Universitas Merdeka Malang.

Nama : Imam Suryono, SE., MM
N P K : 21078000024

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Disertasi saya berjudul :

"PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRUSAHAAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN YANG DIMEDIASI OLEH INOVASI DAN KEUNGGULAN BERSAING PADA USAHA KECIL MENENGAH MAKANAN BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI KABUPATEN BOGOR "

Adalah benar-benar hasil karya asli dan bukan hasil plagiat. Apabila dikemudian hari ternyata hal ini terbukti tidak benar, saya bersedia dituntut dan membatalkan gelar Doktor yang telah diperoleh.

Malang, 23 Juli 2024



Imam Suryono, SE., MM
21078000024

Catatan :

- Surat Pernyataan ini dibuat rangkap 2 (dua) bermaterai
- Masing – masing mempunyai kekuatan hukum yang sama.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadirat Allah Yang Maha Kuasa karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, maka Penelitian Disertasi ini bisa diselesaikan sebagaimana mestinya. Penelitian Disertasi ini dapat selesai berkat bimbingan, bantuan, dorongan, dan juga do'a dari berbagai pihak, untuk itu ungkapan rasa terima kasih dan penghargaan diberikan kepada:

1. Prof. Dr. Anwar Sanusi, M.Si. selaku Rektor Universitas Merdeka Malang yang telah memberikan pengarahan dan motivasinya sejak jadi mahasiswa sampai selesai.
2. Prof. Dr. Grahita Chandrarin, M.Si., Ak., CA., selaku Direktur Program PascaSarjana yang banyak memberikan motivasi dan perhatiannya sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik.
3. Prof. Dr. Widji Astuti, S.E., M.M., CPM(A) selaku Promotor yang dengan penuh perhatian telah memberikan motivasi, pengarahan, dan bimbingan yang luar biasa sehingga penelitian Disertasi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Dr. Bambang Supriadi, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Merdeka Malang yang telah memberikan perhatian dan motivasi selama menjadi mahasiswa sampai selesai.
5. Dr. Harianto Respati, S.E., M.M. selaku Co-Promotor yang telah banyak memberikan bimbingan dan motivasi, sehingga penelitian Disertasi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Dosen-dosen, para penguji Prof. Dr. Lilik Kustiani, SS., MM, Prof. Dr. Boge Triatmanto, SE., MM., Dr. Imam Wibowo, SE., M.Si., Dr. Ir. Harsono, MM dan semua karyawan yang telah membantu selama proses belajar di Universitas Merdeka Malang.
7. dr. Susanti Kusumo budiarti, Sp.OG istri yang paling mendukung, anak-anak: Rizqie, Andra, Salsa, Biyyu dan Rizaldi serta keluarga tersayang yang tidak pernah lelah mendoakan dalam memberikan dorongan spiritual maupun material.
8. Teman-teman seperjuangan PDIE Angkatan 2021 dan semua pihak yang telah banyak memberikan dukungan selama menempuh studi di Universitas Merdeka Malang.

Semoga Allah SWT membalas budi baik dan menjadikan ilmu yang bermanfaat untuk semuanya. Penelitian Disertasi ini masih jauh dari harapan, maka dimohonkan untuk saran dan masukannya demi hasil yang optimal.

Malang, 23 Juli 2024

Penulis

Abstract

The aim of the research is to analyze the role of innovation and competitive advantage in mediating market orientation and entrepreneurial orientation on marketing performance among local wisdom-based food SMEs in Bogor Regency. This research is quantitative research with a causality design. The population is local wisdom-based food SMEs with a sample size of 143 respondents, according to the analytical tool used, namely SEM AMOS. Market orientation has no impact on innovation. Entrepreneurial orientation has an impact on innovation. Market orientation and entrepreneurial orientation influence competitive advantage, can be used as strategic choices to increase the competitive advantage of food SMEs based on local wisdom. Market orientation and entrepreneurial orientation influence marketing performance. Innovation cannot be used to improve marketing performance but competitive advantage has an impact on marketing performance. Innovation is unable to mediate the influence of market orientation and entrepreneurial orientation on marketing performance. Competitive advantage is able to mediate the influence of market orientation and entrepreneurial orientation on marketing performance To be able to generalize these findings, it is still necessary to develop variables that influence the marketing performance of SMEs, apart from that it also needs to be researched with different objects, not only on food SMEs but also on other SMEs.

Keywords: *marketing performance, innovation, competitive advantage, market orientation, entrepreneurial orientation*

RINGKASAN

Kemajuan teknologi digital sekarang ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, sehingga saat ini memasuki era digital 4.0. Perkembangan teknologi yang semakin canggih berdampak tidak hanya pada sektor bisnis besar tetapi juga merambah ke Usaha Kecil Menengah (UKM), sehingga pelaku UKM memiliki kesempatan, serta peluang dan pangsa pasar baru. Di masa sekarang ini pelaku UKM diharapkan bisa terus mengoptimalkan inovasi dan keunggulan bersaing dengan berorientasi pada pasar serta kewirausahaan untuk meningkatkan kinerja pemasaran demi perkembangan dan kontinuitas bisnisnya.

Penelitian bertujuan untuk menganalisis peran Inovasi dan Keunggulan Bersaing dalam memediasi Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran pelaku UKM makanan berbasis kearifan lokal di Kabupaten Bogor Jawa Barat. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain kausalitas. Sampel adalah Pelaku UKM makanan berbasis kearifan lokal dengan jumlah 143 responden, sesuai dengan alat analisis yang digunakan yakni menggunakan SEM AMOS.

Orientasi pasar tidak berdampak terhadap inovasi. Orientasi pasar tidak dapat dijadikan sebagai pilihan strategi jika ingin meningkatkan inovasi. Orientasi kewirausahaan berdampak terhadap inovasi. Orientasi kewirausahaan dapat dijadikan sebagai pilihan strategi jika ingin meningkatkan inovasi UKM makanan berbasis kearifan lokal. Orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan berpengaruh pada keunggulan bersaing. Orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan dapat dijadikan sebagai pilihan strategi jika ingin meningkatkan keunggulan bersaing UKM makanan berbasis kearifan lokal. Orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan berpengaruh pada kinerja pemasaran. Orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan dapat dijadikan sebagai pilihan strategi jika ingin meningkatkan kinerja pemasaran UKM makanan berbasis kearifan lokal. Inovasi tidak berpengaruh pada kinerja pemasaran. Inovasi tidak bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Keunggulan bersaing berdampak terhadap kinerja pemasaran. Keunggulan bersaing dapat dijadikan sebagai pilihan strategi jika ingin meningkatkan kinerja pemasaran UKM makanan berbasis kearifan lokal.

Inovasi tidak mampu memediasi pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran. Inovasi tidak dapat dijadikan sebagai pilihan strategi jika ingin meningkatkan peran Orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran UKM makanan berbasis kearifan lokal.

Keunggulan bersaing mampu memediasi pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran. Keunggulan bersaing dapat dijadikan sebagai pilihan strategi jika ingin meningkatkan peran orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran UKM makanan berbasis kearifan lokal.

Keterbatasan penelitian bahwa hasil temuan dilapangan mayoritas pelaku UKM makanan berbasis kearifan lokal adalah pelaku UKM retail, sehingga gambaran kearifan lokal yang seutuhnya dan selayaknya dicerminkan oleh pelaku UKM olahan masih belum terwakili.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian	16
D. Manfaat Penelitian	18
E. Orisinalitas Penelitian	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
A. Landasan Teori	19
1. Teori Manajemen Pemasaran	19
2. Teori Kinerja Pemasaran	20
3. Teori Orientasi Pasar	22
4. Teori Orientasi Kewirausahaan	24
5. Teori Inovasi	26
6. Teori Keunggulan Bersaing	28
B. Pembahasan Hasil Penelitian Terdahulu Yang Relevan	31
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	35
A. Kerangka Konseptual Penelitian	35
B. Hipotesis Penelitian	38
BAB IV METODE PENELITIAN	43
A. Rancangan Penelitian	43
B. Variabel Penelitian	44
1. Klasifikasi Variabel	44
2. Definisi Konseptual Variabel	44
3. Definisi Operasional	45
C. Populasi dan Sampel Penelitian	46
1. Populasi	46
2. Sampel	46
D. Instrumen Penelitian	47
1. Variabel, indikator dan item kuesioner	47
2. Uji Validitas dan Reliabilitas	49
E. Ruang Lingkup Penelitian	51
F. Lokasi Penelitian	51

G.	Prosedur Pengumpulan Data	51
H.	Teknik Analisis Data	52
1.	Analisis Deskriptif	52
2.	Teknik analisis SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)	52
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		65
A.	Hasil Penelitian	65
1.	Karakteristik Responden	65
2.	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	67
3.	Hasil Analisis Deskriptif	70
4.	Hasil Uji <i>Structural Equation Modelling</i>	84
5.	Hasil Analisis SEM	89
6.	Hasil Uji Hipotesis Penelitian	93
7.	Evaluasi Analisis Jalur	99
B.	Pembahasan Hasil Penelitian	100
1.	Deskripsi Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran pada UKM makanan berbasis kearifan lokal di Kabupaten Bogor	100
2.	Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Inovasi pada UKM makanan berbasis kearifan lokal di Kabupaten Bogor	103
3.	Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM makanan berbasis kearifan lokal di Kabupaten Bogor	105
4.	Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran pada UKM makanan berbasis kearifan lokal di Kabupaten Bogor	106
5.	Pengaruh Inovasi dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran pada UKM makanan berbasis kearifan lokal di Kabupaten Bogor	107
6.	Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran Dimediasi Inovasi pada UKM makanan berbasis kearifan lokal di Kabupaten Bogor	108
7.	Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran Dimediasi Keunggulan Bersaing pada UKM makanan berbasis kearifan lokal di Kabupaten Bogor	110
BAB VI KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN		112
A.	Kesimpulan	112
B.	Saran	114
C.	Keterbatasan Penelitian	115
DAFTAR PUSTAKA		117
LAMPIRAN		127

DAFTAR TABEL

Tabel

Halaman

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1... Kerangka Konseptual Penelitian.....	37
2... Model Persamaan Struktural.....	52
3... Model Pengukuran Kinerja Pemasaran (Y_3).....	53
4... Model Pengukuran Inovasi (Y_1).....	53
5... Model Pengukuran Keunggulan Bersaing (Y_2).....	54
6... Model Pengukuran Orientasi Pasar (X_1).....	54
7... Model Pengukuran Orientasi Kewirausahaan (X_2).....	55
8... Hasil <i>Goodness of fit</i>	84
9... Hasil <i>Goodness of fit</i> setelah <i>Modification Indices</i>	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1... Kuesioner Penelitian.....	125
2... Hasil Uji Uji Validitas Butir Kuesioner.....	128
3... Hasil Uji Reliabilitas Butir Kuesioner.....	133
4... Hasil Deskriptif Butir Kuesioner.....	138
5... Hasil Distribusi Frekuensi Butir Kuesioner.....	141
6... Hasil Model Persamaan Struktural (Awal).....	151
7... Hasil Pengujian Asumsi Model Persamaan Struktural.....	153
8... Hasil Pengaruh Antar Variabel Eksogen terhadap Endogen.....	158
9... Hasil Koefisien <i>Standardized</i> dan Loading Faktor.....	159