

Peran *Entrepreneurial Orientation* dan *Learning Capability*: Persepektif *Resource Based Heory*

Hayati Nupus, Faqih Nabhan*

Universitas Islam Negeri Salatiga

*Correspondence email: faqihnabhan@uinsalatiga.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini diawali dengan penelitian gap tentang pengaruh identifikasi entrepreneurial orientation terhadap company performance berdasarkan teori Resource- based theory (RBT). Penelitian ini menganalisis pengaruh identifikasi entrepreneurial orientation dan learning capability terhadap company performance yang dimediasi oleh competitive advantage umkm halal food dikota Salatiga. Hasil regresi linier berganda dari 112 responden menyatakan bahwa entrepreneurial orientation, company performance berpengaruh positif signifikan terhadap company performance, dan competitive advantage mampu memediasi pengaruh entrepreneurial orientation dan learning capability terhadap company performance.

Kata kunci : Keunggulan kompetitif; Kinerja perusahaan; Orientasi kewirausahaan; Kemampuan belajar

ABSTRACT

This research begins with gap research on the influence of the introduction of entrepreneurial orientation on company performance based on the Resource-based theory (RBT). This study analyzes the effect of entrepreneurial orientation assistance and learning ability on company performance which is mediated by the competitive advantage of halal food SMEs in the city of Salatiga. The results of multiple linear regression of 112 respondents stated that entrepreneurial orientation, company performance had a significant positive effect on company performance, and competitive advantage was able to mediate the effect of entrepreneurial orientation and learning ability on company performance.

Keywords : Competitive Advantage; Company Performance; Entrepreneurial orientation; Learning capability

PENDAHULUAN

Pada saat rehabilitas perekonomian di Indonesia UMKM mempunyai peranan penting untuk meningkatkan dan mengembangkan perekonomian yang lebih baik. Diantara berbagai studi yang ada di referensi, peneliti menemukan berbagai factor yang berpengaruh terhadap keberhasilan kinerja bisnis. Kinerja merupakan tujuan pencapaian pengusaha seperti inovasi, mudah beradaptasi, dan sesuatu yang diharapkan pengusaha. Agar dapat sampai pada kinerja yang baik terdapat kumpulan aspek yang berpengaruh seperti entrepreneurial orientation, learning capability dan competitive advantage (Witjaksono, 2014).

Entrepreneurial orientation bertujuan untuk menggambarkan proses, praktek, dan aktifitas yang akan menghasilkan strategi usaha dimasa yang akan datang. Kemahiran dalam Orientasi kewirausahaan akan memperluas konsep produk yang baru menuju kebutuhan pelanggan dan sesuai dengan kebutuhan pasar, sehingga dapat menghasilkan pencapaian kinerja yang diharapkan di perusahaan (kumalaningrum, 2012) kondisi ini mengharuskan UMKM untuk berorientasi pada kewirausahaan melalui penerapan inovasi, tindakan proaktif, keberanian menanggung risiko dinyatakan oleh Drucker sebagai satu-satunya cara untuk meningkatkan karya usaha (Drucker, 1996).

Kinerja perusahaan merupakan hasil dari manajemen yang sering digunakan untuk menilai suatu perusahaan yang dilakukan dengan pendekatan hasil keuntungan, jumlah pelanggan dan, omset penjualan. Pelaku UMKM yang mengabaikan kinerja usaha akan menyebabkan ketidak konsistensi pada usaha, lalu akan mengalami kehilangan atau kurangnya peminta, atau bahkan tidak mampu lagi bersaing dengan perusahaan lain. melalui manajemen yang baik dan keinginan untuk melakukan perubahan diharapkan perusahaan mampu untuk pulih kembali dan dapat bersaing dengan perusahaan lain.

Kontroversi hasil penelitian pengaruh entrepreneurial orientation terhadap company performance banyak ditemukan beberapa tahun terakhir. Penelitian menunjukkan bahwa entrepreneurial orientation mampu meningkatkan company performance (Slamet & Iskandar, 2016), (Sondra & Widjaja, 2021), dan (Layoo & Rahman, 2019). Entrepreneurial orientation mampu mendorong perusahaan untuk terus berkembang sehingga karyawan akan bekerja semaksimal mungkin untuk mencapai kinerja yang baik. Namun demikian (Feranita & Setiawan, 2018), (Saragih, 2012), (Pada et al., 2012) justru menyatakan bahwa entrepreneurial orientation tidak mampu meningkatkan company performance. Hal ini dapat terjadi sangat mungkin karena entrepreneur orientation belum cukup kuat untuk secara langsung meningkatkan performance. Dibutuhkan langkah-langkah strategis lebih lanjut agar nilai-nilai entrepreneurship ini berdaya dorong yang efektif bagi peningkatan kinerja. Berdasarkan adanya research gap seperti disampaikan di atas, maka masalah penelitian ini adalah adanya perbedaan hasil penelitian pengaruh entrepreneurial orientation terhadap company performance. Sehingga sangat penting untuk ditemukan solusi tepat mengelola entrepreneurial orientation yang baik sehingga mampu meningkatkan kinerja.

Berdasarkan inkonsistensi hasil-hasil penelitian diatas maka diajukan sebuah model kerangka konseptual entrepreneurial orientation yang mampu menjawab gap sebagaimana disampaikan di atas. Penelitian ini menggunakan perspektif *resourch-based theory* dalam mengembangkan telaah konseptual mendalam dalam membangun model penelitian. Model penelitian ini, diharapkan mampu menjadi solusi untuk mengembangkan keunggulan bersaing melalui peningkatan sumber daya yang berionvasi dan berkreasi tinggi sehingga menghasilkan competitive advantage. Hal ini berpotensi mendorong perusahaan untuk bertahan dalam jangka panjang dan dapat mempertahankan kinerja perusahaan. Competitive advantage yang dimiliki perusahaan ini diharapkan mampu memediasi pengaruh entrepreneurial orientation dan learning capability terhadap company performance (Slamet & Iskandar, 2016), (Sondra & Widjaja, 2021), dan (Layoo & Rahman, 2019).

Competitive advantage telah menjadi perhatian para peneliti dan dalam beberapa tahun terakhir. Sebagai sumber daya, competitive advantage dibangun melalui proses pembelajaran (Sarkowi, 2017). Kemampuan mengabsorpsi pengetahuan menentukan kuatnya elemen-elemen competitive advantage yang berhasil dilekatkan pada perusahaan. Learning capability yang berhasil seperti ini, akan mampu mendorong pertumbuhan kinerja. Perusahaan yang memiliki kebiasaan belajar yang tinggi dan secara konsisten mengasah hal baru, akan meningkatkan kreativitas dan inovasi yang dibutuhkan di era persaingan pasar yang tinggi (Asmani, 2015).

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji dan membangun kerangka konsep pengaruh *entrepreneurial orientation* dan *learning capability* dalam meningkatkan *competitive advantage* sehingga dapat mendorong *company performance*.

Penelitian ini dilakukan pada UMKM halal food dikota Salatiga. saat masa pandemic menimpa diindonesia UMKM makanan dan minuman dikota Salatiga mengalami peningkatan, ini yang menyebabkan persaingan UMKM dikota Salatiga semakin ketat. Fakta dilapangan menyatakan terdapat 135 UMKM makanan dan minuman menglami penurunan omzet hingga 50% dimasa pandemic, Penelitian ini dilakukan pada bulan mei tahun 2021.

METODE

Teknik pengumpulan data adalah metode untuk mendapatkan atau mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah berupa angket atau kuesioner dan penelusuran literature. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuesioner dengan menggunakan angket yang disebarakan secara langsung, sehingga responden memilih opsi jawaban yang tersedia. Kuesioner. Penelitian ini penelitian kuantitatif, dengan menguji enam hipotesis, penelitian dilakukan dengan menyebar kuisioner kepada para responden.

Dalam penelitian ini Skala yang di gunakan adalah Interval. Skala interval adalah skala yang bertingkat atau meningkat, skala interval tidak memiliki titik nol sehingga nilai nol yang dimaksud hanya menggambarkan satu titik didalam skala saja. Walau demikian skala interval tetap memiliki nilai dan bobot yang sama dari satu data dengan data yang lain. Skla interval bersifat saling memisah dan untuk kategorisasi datanya diatur dan disuse secara logis, sehingga datanya memiliki karakteristik khusus dalam penentuan skalanya. Skala interval pada penelitian ini yaitu skala yang di rancang untuk membuat responden bisa menjawab berbagai tingkat pertanyaan mengenai Entrepreneurial orientation, learning capability, competitive advantage, dan company performance. Dengan interval 1–10, sehingga

dapat menghasilkan *measurement* yang memungkinkan perhitungan rata-rata, deviasi standar, uji statistic parameter, korelasi dan sebagainya.

Dalam penelitian ini, populasi yang dipilih adalah karyawan UMKM halal food di Kota Salatiga yang berjumlah 824 UMKM. Sampel merupakan bagian dari kuantitas dan karakter yang dimiliki oleh suatu populasi. Sample dalam penelitian ini adalah UMKM di kota salatiga yang berjumlah 100 orang. Penelitian ini jumlah sampelnya, menggunakan teknik pengambilan sampel probability sampling. Dengan teknik acak sistem (systematic random sampling) yang dapat digunakan untuk populasi yang homogeny. Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel probability sampling. Penulis dalam penelitian ini mengambil sampel dengan cara memberikan daftar pertanyaan kuisioner yang diberikan dengan mempertimbangkan spesifikasi tertentu. Jumlah sampel yang dipakai dalam riset ini sebanyak 112 UMKM yang berada di Kota Salatiga.

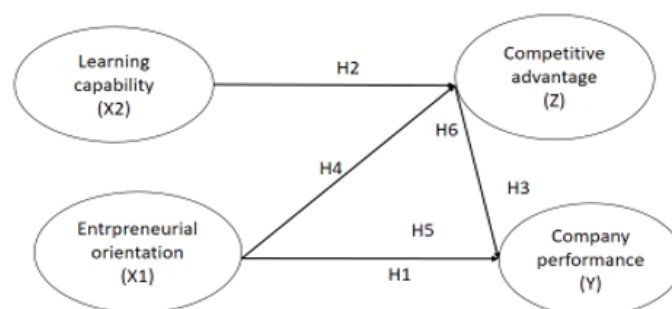
Definisi Konsep dan Operasional

Variabel penelitian merupakan variabel yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari untuk mendapatkan informasi yang diinginkan dan pada akhirnya dapat ditarik kesimpulan. Selain itu variabel juga dapat dikatakan atribut atau objek yang dapat memvariasi satu dengan yang lain. Variabel pada penelitian ini ialah:

Variabel independent yaitu variabel yang menjadi sebab dan berpengaruh secara teoritis sehingga berdampak pada variabel lain. Biasanya dilambangkan dengan symbol X (Suryani, 2015). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah entrepreneurial orientation dan learning capability. Variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Umumnya variabel terikat dilambangkan dengan huruf Y (Suryani & Hendryadi, 2015). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah company performance. Variabel intervening atau mediasi yaitu menjadi penghubung antara variable bebas dan variable terikat dependent dan variable independent secara tidak langsung. Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah competitive advantage.

Measurement

Penelitian ini bertujuan untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi wirausaha terhadap kinerja usaha. Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan dari 112 koresponden di Kota Salatiga, Provinsi Jawa Tengah Indonesia. Metode yang digunakan adalah kuisioner yang berjenis kuisioner yang berbentuk angket untuk mempermudah responden. Data analisisnya menggunakan regresi berganda serta regresi mediasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa entrepreuner orientation dan learning capability terhadap company performance merupakan faktor-faktor determinat yang mempengaruhi performance wirausaha untuk mau belajar dan melakukan tindakan dalam meningkatkan kinerja perusahaan agar sesuai harapan yang diinginkan dan mudah beradaptasi dengan segala keadaan perekonomian yang ada dengan meningkatkan kualitas karyawannya melalui learning capability. Sedangkan competitive advantage dapat memediasi secara yang signifikan untuk memperkuat antara bahwa entrepreuner orientation dan learning capability terhadap company performance. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat kepada pemerintah setempat dan masyarakat dalam menentukan kebijakan dan meningkatkan kinerja perusahaan agar dapat terus berkembang dan menjadi pendorong percepatan perekonomian di kota salatiga, Indonesia. Selanjutnya penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam menambah literature akademik fakultas ekonomi dan bisnis islam



Gambar 1.
kerangka model penelitian

Entrepreneurial orientation and company performance

Entrepreneurial orientation dan *company performance* memiliki hubungan yang saling terkait. Menurut Suciningati & Raharjo (2019) *entrepreneurial orientation* berdampak positif terhadap *Company performance*, karena semakin besar *entrepreneurial orientation* semakin besar pula tingkat kinerja usahannya. *Entrepreneurial orientation* bisa meningkatkan *Company performance* dalam pemasaran produk untuk mencapai kinerja bisnis yang bagus, usaha yang berinovasi, dan mempunyai tekad terus berkembang sehingga semakin tinggi *entrepreneurial orientation* karyawan akan bekerja semaksimal mungkin. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Tysari (2014) mengatakan bahwa *entrepreneurial orientation* berpengaruh secara langsung dan positif terhadap *Company performance*. Hal ini mengartikan bahwa semakin kuat *entrepreneurial orientation* yang dimiliki oleh perusahaan, maka dapat meningkatkan *Company performance*. Penelitian yang dilakukan oleh (Layoo & Rahman, 2019) juga menyatakan hasil bahwa *entrepreneurial orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Company performance*. Dalam penelitian (Sondra & Widjaja, 2021) juga memperoleh hasil sama bahwa *entrepreneurial orientation* berpengaruh positif signifikan terhadap *Company performance*. Jadi, perusahaan yang dapat meningkatkan *entrepreneurial orientation* akan memiliki ketrampilan dalam perencanaan jangka panjang, mampu menghadapi rintangan, mampu bekerja dibawah tekanan dan mampu bersosialisasi dengan siapapun sehingga dipandangan lain perusahaan akan unggul dalam *company performance*nya.

H1: semakin tinggi *Entrepreneurial orientation*, maka semakin tinggi *company performance*

Learning capability and competitive advantage

Pentingnya pemikiran strategi dalam berbisnis dapat mendorong pembelajaran untuk menekankan pengetahuan baru, sehingga dapat beradaptasi terhadap masalah baru. Dimana semakin tinggi *learning capability* maka semakin tinggi pula *Competitive advantage* dalam sebuah perusahaan (Sugiono & Efendi, 2019). Pembelajaran organisasi dalam kajian perusahaan kecil dan menengah, perusahaan dituntut untuk selalu respon terhadap perubahan lingkungan eksternal baik yang dapat dikendalikan perusahaan (lingkungan eksternal mikro) maupun yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan (lingkungan eksternal makro) yang dapat berdampak pada perusahaan dalam bentuk peluang dan ancaman. Pembelajaran organisasi sebagai proses organisasi dimana anggota organisasi secara terus-menerus memperluas peningkatan kapasitasnya untuk menciptakan output yang benar-benar diharapkan dan diinginkan, dimana pola baru dalam ekspansi pemikiran dipelihara/diasuh, kebebasan menyalurkan aspiratif secara kolektif, mendorong anggota organisasi untuk terus-menerus belajar memandang masa depan bersama secara menyeluruh. Kemampuan seorang individu dalam melakukan pekerjaan pada dasarnya terdiri atas dua factor yaitu factor fisik dan intelektual. Kemampuan intelektual merupakan kemampuan yang dibutuhkan dalam melakukan berbagai aktivitas memecahkan masalah, menalar, berfikir, dan mental. Kemampuan fisik merupakan kemampuan menjalankan tugas yang menuntut kekuatan, ketrampilan, stamina dan karakteristik serupa. Proses pembelajaran dalam organisasi harus terkait dengan inovasi dimana sebuah organisasi yang baik akan mengembangkan pengetahuan yang akan menghasilkan proses dan produk yang inovatif dan pembelajaran organisasi mencerminkan bahwa organisasi harus mereka pelajari sehingga meningkatkan daya saing dan ciri khas dari suatu bisnis tersebut dan diharapkan siap menghadapi persaingan dengan competitor yang lain.

Hal ini didukung oleh peneliti sebelumnya yaitu (Lucky & Novianti, 2019) yang menyatakan bahwa *learning capability* berpengaruh signifikan terhadap *Competitive advantage* Maka jika semakin baik proses dari *learning capability* maka *Competitive advantage* juga akan meningkat dan semakin baik. Lisnini, Maretha, (2020) menyatakan bahwa *learning capability* berpengaruh signifikan terhadap *Competitive advantage*. dan Sugiono & Efendi, (2019) yang menyatakan bahwa *learning capability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive advantage*. Hal ini munjukan *learning capability* yang tinggi maka akan mendorong *Competitive advantage*.

H2: semakin tinggi *learning capability*, maka semakin tinggi *competitive advantage*

Competitive advantage and company performance

Competitive advantage dapat memajukan perusahaan melalui keahlian untuk bisa bertahan pada lingkungan bisnis yang terus maju, Sekaligus menggerakkan *Company performance* melalui perkembangan penjualan, menghasilkan keuntungan dan pencapaian jumlah konsumen. Sehingga

wirausahawan akan selalu menilai karyawan agar terus berkembang dan mudah beradaptasi. Competitive advantage berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh sebuah perusahaan bagi konsumennya yang melebihi biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam menciptakannya. Nilai adalah apa yang konsumen bersedia membayarnya. Nilai yang unggul terbentuk dari tawaran harga yang lebih rendah dari pada pesaing untuk manfaat yang sepadan atau memberikan manfaat unik yang lebih dari pada sekedar mengimbangi harga yang lebih tinggi. Empat karakteristik sumber daya yang dapat menghasilkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan, yaitu nilai yang tinggi, langka, sulit untuk ditiru dan kriteria organisasi yang spesifik. Keunggulan bersaing yang berkelanjutan dibangun oleh dua elemen utama yaitu memposisikan diri produk yang lebih efektif dibandingkan dengan pesaing, dan mempertahankan posisi sumber daya pasar dalam melawan pesaing. Sumber daya dan kemampuan organisasi merupakan modal utama untuk menggerakkan nilai dan biaya dalam memposisikan daya saing dari sisi pelanggan dan kemampuan bertahan melawan pesaing. Sehingga *Competitive advantage* yang pesat akan dapat meningkatkan *Company performancenya*.

Hal ini selaras dengan peneliti sebelumnya yaitu Manurung, Sugiarto, (2016) yang menjabarkan bahwa *Competitive advantage* berpengaruh positif terhadap *Company performance*. Peneliti yang juga dilakukan oleh Venny & Febriyanto, (2020) yang menyatakan *Competitive advantage* berpengaruh signifikan terhadap *company performance*. Hal ini menyatakan bahwa dengan adanya daya saing tinggi pada competitive advantage maka akan bertambah keuntungan dan citra baik dalam pandangan konsumen ke perusahaan sehingga dapat meningkatkan *company performance*. Peneliti Feranita & Setiawan, (2018) juga mengatakan jika *Competitive advantage* berpengaruh signifikan terhadap *company performance*. Penelitian yang dilakukan oleh Satwika, (2018) yang menyatakan bahwa *Competitive advantage* berpengaruh positif signifikan terhadap *Company performance*.
H3: semakin tinggi competitive advantage, maka semakin tinggi company performance

Entpreneurial orientation and competitive advantage

Keahlian perusahaan untuk mengambil risiko, karena membuat perusahaan memperoleh keahlian untuk menciptakan produk yang baru untuk mengungguli persaingan. Sehingga perusahaan dapat mempunyai suatu *Competitive advantage*, karena perusahaan memiliki kemampuan mengidentifikasi faktor-faktor yang bisa mempengaruhi kebutuhan dan memenuhi keinginan pelanggan. Orientasi kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan. Beberapa literature manajemen meberikan tiga landasan dimensi-dimensi dari kecenderungan organisasional untuk proses manajemen kewirausahaan, yakni kemampuan inovasi, kemampuan mengambil risiko, dan sifat proaktif. Orientasi kewirausahaan yang tercemin dari sikap penuh inovasi, proaktif dan keberanian mengambil risiko diyakini mampu mendongkrak kinerja perusahaan. Hal ini dikarenakan orientasi kewirausahaan yang semakin tinggi dapat meningkatkan kemampuan usaha. Maka dari itu semakin baik entrepreneurial orientation yang dimiliki maka semakin baik *Competitive advantagenya* (Utama, 2020). Dengan demikian perusahaan yang memahami dan mempunyai kelebihan untuk menyelesaikan masalah dari dalam dan luar perusahaan agar dapat bersaing dengan competitor yang lain.

Hal ini didukung oleh peneliti sebelumnya yaitu Rahmadi et al., (2020) menyatakan *entrepreneurial orientation* berpengaruh positif terhadap *Competitive advantage*. Yang mengartikan bahwa semakin tinggi nilai kebijakan pengusaha terhadap entrepreneurial orientation, maka dapat berpengaruh terhadap competitive advatage. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Puspasari & Rahardjo, (2017) yang menyatakan bahwa entrepreneurial orientation berpengaruh positif terhadap *Competitive advantage*.

H4: semakin tinggi entrepreneurial orientation, maka semakin tinggi competitive advantage

Entrepreneurial orientation and company performance melalui competitive advantage

Menurut Wiklund, (1999) adaptasi yang baik pada wirausahawan berkaitan pada profit dan munculnya peluang bisnis, yang akhirnya berpengaruh positif pada kinerja bisnis. Sehingga orientasi perusahaan menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah produk yang pasarkan dimasyarakat dalam mencapai tujuan usaha, hal ini sejalan dengan penelitian Jannah et al., (2019) yang menyatakan bahwa entrepreneurial orientation berpengaruh signifikan terhadap *Company performance*. hal ini tidak lain karna adanya pengaruh dari persaingan pasar yang ketat. Dimana perusahaan yang mampu mempertahankan keunggulan bersaing dapat memiliki kinerja usaha yang lebih tinggi, sehingga secara

tidak langsung keunggulan bersaing mempengaruhi terhadap kinerja usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian Meutia (2013) yang menyatakan bahwa *Competitive advantage* berpengaruh signifikan terhadap *Company performance*. Karena setiap perusahaan yang dapat memberikan fasilitas pengembangan skill maka mereka akan lebih mudah beradaptasi dan mempunyai keunggulan dari pesaingnya. Maka dari itu peneliti menduga bahwa variable *Competitive advantage* ikut berperan mempengaruhi antara variable entrepreneurial orientation terhadap *Company performance*. Sehingga dapat disimpulkan wirausahaan yang dapat beradaptasi dalam skill dan penyelesaian masalah dengan lebih cepat maka mereka mempunyai kelebihan bersaing dari yang lainnya.

H5: competitive advantage mampu memediasi entrepreneurial orientation terhadap company performance

Learning capability and company performance melalui competitive advantage

Learning capability berpengaruh terhadap *Company performance*, karena semakin tinggi pembelajaran suatu perusahaan maka dapat berakibat peningkatan kerja yang baik. Anggota yang bekerja di perusahaan menerapkan pembelajaran maka dapat menambahkan keahlian, wawasan, dan saling berbagi pengetahuan dengan yang lainnya dan tentang pengetahuan kerja efisien agar meningkatkan karyawan yang terus berkembang. Hal ini sejalan dengan penelitian Anggraini et al., (2014) yang menyatakan bahwa learning capability berpengaruh terhadap *Company performance*, peneliti yang dilakukan oleh Rakib, (2010) juga menyatakan bahwa learning capability berpengaruh positif signifikan terhadap *Company performance*. hal ini menunjukkan Bila kinerja usaha didalam suatu perusahaan baik maka perusahaan unggul dalam persaingan dengan perusahaan lain. Hal ini selaras dengan penelitian Satwika, (2018) yang menyatakan bahwa *Competitive advantage* berpengaruh signifikan terhadap *Company performance*. Maka dari itu peneliti menduga bahwa secara tidak langsung *Competitive advantage* memediasi Antara variable learning capability terhadap *Company performance*. Sehingga dapat disimpulkan bila kinerja disuatu perusahaan baik dalam pembelajaran maka perusahaan unggul dalam persaingan dengan perusahaan lain dan akan baik dalam mutu kinerja.

H6: competitive advantage mampu memediasi learning capability terhadap company performance

HASIL

Hypotsis testing and result

Berdasarkan data yang diperoleh, maka dilakukan analisis data tersebut menggunakan uji regresi. Berikut hasil uji regresi yang sudah dolah peneliti:

Tabel 1.

Entrepreneurial orientation and competitive advantage of company performance			
Independent Variable	coefficient	Sig.	conclusion
Entrepreneurial orientation	3,462	0,001	Diterima
Competitive advantage	7,818	0,000	Diterima

Berdasarkan hasil uji signifikansi entrepreneurial orientation memiliki nilai signifikasi hitung sebesar 3,462 nilai signifikasi $0,001 < 0,05$. Maka dapat diketahui bahwa entrepreneurial orientation memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap company performance dikarenakan semakin tinggi entrepreneurial orientation yang dimiliki oleh perusahaan maka akan semakin meningkatkan company performance. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Suciningati & Raharjo (2019), Tysari (2014), (Layoo & Rahman, 2019) yang menyatakan entpreneurial orientation berpengaruh positif signifikan terhadap company performance.

Berdasarkan hasil uji signifikansi competitive advantage memiliki nilai signifikasi hitung sebesar 7,818 nilai signifikasi $0,000 < 0,05$. Maka dapat diketahui bahwa competitive advantage memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap company performance dikarenakan semakin tinggi competitive advantage yang dimiliki oleh perusahaan maka akan semakin meningkatkan company performance. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Lucky & Novianti, 2019), (Lisnini, Maretha, 2020), (Sugiono & Efendi, 2019) yang menyatakan competitive advantage berpengaruh positif signifikan terhadap company performance.

Tabel 2.

Entrepreneurial orientation and learning capability of competitive advantage			
Independent Variable	coefficient	Sig.	Conclusion
Entrepreneurial orientation	3,334	0,001	Diterima
Learning capability	6,006	0,000	Diterima

Berdasarkan hasil uji signifikansi entrepreneurial orientation memiliki nilai signifikansi hitung sebesar 3,334 nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Maka dapat diketahui bahwa entrepreneurial orientation memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap competitive advantage dikarenakan semakin tinggi entrepreneurial orientation yang dimiliki oleh perusahaan maka akan semakin meningkatkan competitive advantage. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Utama, 2020), (Rahmadi et al., 2020), (Puspasari & Rahardjo, 2017) yang menyatakan entrepreneurial orientation berpengaruh positif signifikan terhadap competitive advantage.

Berdasarkan hasil uji signifikansi learning capability memiliki nilai signifikansi hitung sebesar 6,006 nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat diketahui bahwa learning capability memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap competitive advantage dikarenakan semakin tinggi learning capability yang dimiliki oleh perusahaan maka akan semakin meningkatkan competitive advantage. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Sugiono & Efendi, 2019), (Lucky & Novianti, 2019), (Lisnini, Maretha, 2020) yang menyatakan learning capability berpengaruh positif signifikan terhadap competitive advantage.

Uji koefisien Determinan (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, Ghazali (2009:87). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen, Ghazali (2009:87).

Tabel 3.

Hasil uji R^2 persamaan 1

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimete
1	.771 ^a	.595	.584	1.85622

a. Predictors: (Constant), competitive advantage, Learning capability, entrepreneurial orientation

Sumber: Data primer diolah, 2022

Hasil uji R^2 menunjukan nilai R-square sebesar 0,595 atau 59,5%. Maka dapat disimpulkan bahwa variable company performance, learning capability, dan entrepreneurial orientation terhadap company performance sebesar 59,5% dan sisanya dijelaskan pada variabel lain.

Tabel 4.

Hasil uji R^2 persamaan 2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimete
1	.624 ^a	.389	.378	1.93191

a. Predictors: (Constant), company performance, Learning capability, entrepreneurial orientation
Sumber: Data primer diolah, 2022

Hasil uji kedua menunjukan nilai R-square sebesar 0,389 atau 38,9%. Maka dapat disimpulkan bahwa variable entrepreneurial orientation dan learning capability terhadap competitive advantage sebesar 38,9 % dan sisanya dijelaskan pada variabel lain.

Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Penggunaan tingkat signifikansinya beragam, tergantung keinginan peneliti, yaitu 0,01 (1%) ; 0,05 (5%) dan 0,10.

Tabel 5.
Hasil uji F persamaan 1

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	350.279	3	116.760	40.474	.000 ^b
Residual Total	288.481	100	2.885		
	638.760	103			

- b. Dependent variable: company performance
a. Predictors(Constant), competitive advantage, entrepreneurial orientation, learning capability
Sumber: Data primer diolah, 2022

Hasil dari persamaan satu menyatakan dengan taraf signifikansi $0.000 < 0,005$ dan nilai F yang ditentukan F tabel adalah 2,69. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variable *Competitive advantage*, entrepreneurial orientation, dan learning capability terdapat pengaruh terhadap variable *Company performance*.

Tabel 6.
Hasil uji F persamaan 2

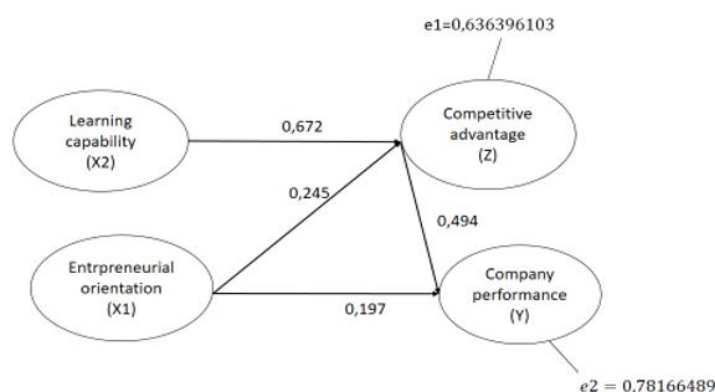
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	549.788	3	183.263	52.550	.000 ^b
Residual Total	348.741	100	3.487		
	898.529	103			

- b. Dependent variable: competitive advantage
a. Predictors(Constant), company performance, entrepreneurial orientation, learning capability
Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis persamaan kedua didapatkan nilai F dengan uji ANOVA yang sering disebut uji F adalah 52.550, dengan taraf signifikansi $0.000 < 0,005$ dan nilai F yang ditentukan F tabel adalah 2,69. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variable *Company performance*, entrepreneurial orientation, dan learning capability terdapat pengaruh terhadap variable *Competitive advantage*.

Uji Path Analysis (Uji Jalur)

Analisis jalur adalah suatu sistem yang dapat menganalisis hubungan langsung atau tidak langsung dari variabel dependen dan independen yang diakibatkan dari perlakuan variabel tersebut. Berikut hasil analisis jalur penelitian ini:



Gambar 1.
Analisis jalur

Selanjutnya diuji sobel tes guna memahami apakah terdapat signifikansi mediasi sebagai berikut:

1. Pengaruh entrepreneurial orientation terhadap *Company performance* yang dimediasi oleh variable *Competitive advantage*

$$\begin{aligned} Sp2p3 &= \sqrt{p3^2 sp2^2 + p2^2 sp3^2 + Sp2^2 Sp3^2} \\ &= \sqrt{(0,580)^2(0,073)^2 + (0,272)^2(0,063)^2 + (0,073)^2(0,063)^2} \\ &= \sqrt{(0,3364)(0,005329) + (0,073984)(0,003969) + (0,005329)(0,003969)} \\ &= \sqrt{0,0016499649} \\ &= 0,0406158713 \end{aligned}$$

Kemudian perhitungan t hitungnya:

$$\begin{aligned} t &= \frac{p2p3}{sp2p3} = \frac{(0,272)(0,580)}{0,0406158713} = \frac{0,15776}{0,0406158713} \\ t &= 3,8841958808 \end{aligned}$$

2. Pengaruh learning capability terhadap *Company performance* yang dimediasi oleh *Competitive advantage*

$$\begin{aligned} Sp2p3 &= \sqrt{p3^2 sp2^2 + p2^2 sp3^2 + Sp2^2 Sp3^2} \\ &= \sqrt{(0,580)^2(0,112)^2 + (0,490)^2(0,063)^2 + (0,112)^2(0,063)^2} \\ &= \sqrt{(0,3364)(0,012544) + (0,2401)(0,003969) + (0,012544)(0,003969)} \\ &= \sqrt{(0,0042198016) + (0,0009529569) + (0,000497871)} \\ &= \sqrt{0,0052225456} \\ &= 0,072267182 \end{aligned}$$

Kemudian perhitungan t hitungnya:

$$\begin{aligned} t &= \frac{p2p3}{sp2p3} = \frac{(0,490)(0,580)}{0,072267182} = \frac{0,2842}{0,072267182} \\ t &= 3,9326321569 \end{aligned}$$

Hasil Hipotesis

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikan variable entrepreneurial orientation adalah $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,462 > 1,65895$ t tabel. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan entrepreneurial orientation mempengaruhi company performance secara positif signifikan. Hasil ini berarti ketika entrepreneurial orientation mengalami peningkatan maka company performance juga mengalami peningkatan. Tingginya inovasi dan kreativitas pada entrepreneurial orientation akan memberikan peluang usaha yang secara otomatis meningkatkan company performance. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Layoo & Rahman, 2019) menyatakan hasil bahwa entrepreneurial orientation berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Company performance*. Sehingga hipotesis menyatakan entrepreneurial orientation berpengaruh positif signifikan terhadap company performance H1 diterima.

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikan variable entrepreneurial orientation adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $6,006 > 1,65895$ t tabel. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan learning capability mempengaruhi competitive advantage secara positif signifikan. Hal ini berarti ketika learning capability meningkat maka competitive advantage juga mengalami peningkatan. UMKM yang selalu melakukan perubahan melalui learning capability akan tumbuh kepekaan dan fleksibel terhadap segala perubahan yang terjadi baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal sehingga UMKM dapat meraih dan mempertahankan competitive advantage. Hasil ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Lisnini, Maretha, (2020) jika semakin baik proses dari learning capability maka *Competitive advantage* juga akan meningkat dan semakin baik. Sehingga hipotesis yang menyatakan learning capability berpengaruh positif signifikan terhadap competitive advantage H2 diterima.

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikan variable entrepreneurial orientation adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,818 > 1,65895$ t tabel. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan company performance mempengaruhi company performance secara positif signifikan. Hal ini berarti ketika competitive advantage mengalami peningkatan maka company performance juga mengalami peningkatan. Dengan adanya daya saing tinggi pada competitive advantage maka akan bertambah keuntungan dan citra baik dalam pandangan konsumen ke perusahaan sehingga dapat meningkatkan

company performance. Hasil ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Penelitian yang dilakukan oleh Satwika, (2018) yang menyatakan bahwa *Competitive advantage* berpengaruh positif signifikan terhadap *Company performance*. Sehingga hipotesis yang menyatakan competitive advantage berpengaruh positif signifikan terhadap company performance H3 diterima.

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikan variable entrepreneurial orientation adalah $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,334 > 1,65895$ t tabel. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan entrepreneurial orientation mempengaruhi competitive advantage secara positif signifikan. Hal ini berarti ketika enrpreneurial orientation mengalami peningkatan maka competitive advantage juga mengalami peningkatan. UMKM yang mempunyai entrepreneurial orientation akan mampu berinovasi sehingga dapat menciptakan produk yang lebih unik atau menarik dibandingkan dengan pesaingnya sehingga dapat meningkatkan competitive advantage. Hasil ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Rahmadi et al., (2020) yang menyatakan *entrepreneurial orientation* berpengaruh positif signifikan terhadap *Competitive advantage*. Sehingga hipotesis yang menyatakan entrepreneurial orientation berpengaruh positif signifikan H4 diterima.

Diketahui nilai t hitung $3,8841958808 > 1,65895$ dengan taraf 0,05 artinya signifikan, maka hasilnya *Competitive advantage* (Z) mampu memediasi pengaruh entrepreneurial orientation (X1) terhadap *Company performance* (Y) sehingga H5 diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian Jannah et al.,(2019) yang menyatakan bahwa entrepreneurial orientation berpengaruh signifikan terhadap *Company performance*. hal ini tidak lain karna adanya pengaruh dari persaingan pasar yang ketat. Dimana perusahaan yang mampu mempertahankan keunggulan bersaing dapat memiliki kinerja usaha yang lebih tinggi, sehingga secara tidak langsung keunggulan bersaing mempengaruhi terhadap kinerja usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian Meutia (2013) yang menyatakan bahwa *Competitive advantage* berpengaruh signifikan terhadap *Company performance*. Dimana perusahaan mampu memperbaiki semua kemampuan perusahaan dalam meningkatkan keunggulan bersaing sehingga dapat meningkatkan kinerja usaha.

Diketahui nilai t hitung $3,9326321569 > 1,65895$ dengan taraf 0,05 artinya signifikan, maka hasilnya *Competitive advantage* (Z) mampu memediasi pengaruh learning capability (X2) terhadap *Company performance* (Y) sehingga H6 diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian Anggraini et al.,(2014) yang menyatakan bahwa learning capability berpengaruh terhadap *Company performance*, peneliti yang dilakukan oleh Rakib, (2010) juga menyatakan bahwa learning capability berpengaruh positif signifikan terhadap *Company performance*. hal ini menunjukkan Bila kinerja usaha didalam suatu perusahaan baik maka perusahaan unggul dalam persaingan dengan perusahaan lain.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, penelitian ini memberi kontribusi terhadap resource based theory (RBT), bahwa perusahaan yang memiliki entrepreneurial orientation yang tinggi akan efektif meningkatkan kinerjanya apabila mampu mengelola sumberdayanya secara baik sehingga menghasilkan competitive advantage. Dalam rangka mendapatkan competitive advantage ini, perusahaan dapat mengoptimalkan learning capabilitynya. Tingginya inovasi dan kreativitas pada entrepreneurial orientation akan memberikan peluang usaha yang secara otomatis meningkatkan company performance.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Marnis, & Samsir. (2014). Strategi orientasi pasar, inovasi, dan orientasi pembelajaran pengaruhnya terhadap kinerja usaha serta dampaknya terhadap keunggulan bersaing (studi pada industri jasa salon kecantikan dan spa dikota penaknbaru). *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, 4(12), 295–310.
- Asmani, J. (2015). *Manajemen Efektif Marketing Sekolah: Strategi Menerapkan Jiwa Kompetisi dan Sportivitas untuk Melahirkan Sekolah Unggulan*. DIVA PRESS.
- Drucker. (1996). *No Title*.
- Feranita & Setiawan. (2018). Peran keunggulan bersaing dalam memediasi dampak orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM. *Majalah Ilmiah “ DIAN ILMU,”* 18(1).
- Jannah, M., Irawati, A., & Purnomo, H. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM Batik Gedog Khas Tuban. *Eco-Entrpreneurship*, 5(1), 33–48.
- kumalaningrum, M. pampa. (2012). *No Title*. *Ekonomi*, 1(23), 13–25.

- Layoo, N., & Rahman, W. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dengan Kinerja Usaha Mikro Kecil Di Kabupaten Banggai. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 7(1), 29. <https://doi.org/10.26740/jepk.v7n1.p29-44>
- Lucky & Novianti. (2019). *Pengaruh orientasi pembelajaran dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing (pada sentra industri percetakan pagarsih kota Bandung)*.
- Mustikawati, & Tysari. (2014). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi & Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Usaha (studi pada UKM sentra Kabupaten Malang). *Modernisasi*, 10(1), 23–37.
- Pada, U., Kerajinan, U., Berorientasi, K., & Di, E. (2012). *Reswanda, Pengaruh Orientasi Kewirausahaan ... ISSN: 1412-5366*. XI(2), 65–91.
- Puspasari & Rahardjo. (2017). Pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan dukungan partner terhadap keunggulan bersaing (studi pada industri makanan dan minuman skala kecil dan menengah di kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 6(3), 1–8.
- Rahmadi, A. N., Jauhari, T., & Dewandaru, B. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM Di Jalanan Kota Kediri. *Jurnal Ekbis*, 21(2), 178. <https://doi.org/10.30736/je.v21i2.510>
- Rakib, M. (2010). Pengaruh Model Komunikasi Wirausaha, Pembelajaran Wirausaha, dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Kecil. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 17(2), 121–129.
- Rini, Lisnini, Fetty Maretha, Yulia Febrianti. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar Dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 405–405.
- Saragih, D. L. M. (2012). Jurnal sains pemasaran indonesia. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, IX(2), 146–155.
- Sarkowi. (2017). keunggulan bersaing; kajian tematis tafsir al-qur'an. *Qolamuna*, 3(1), 117–132.
- Satwika, dkk. (2018). Pengaruh orientasi pasar serta inovasi terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja usaha. *Satwika, Dkk*, 7(3), 1481–1509.
- Slamet & Iskandar. (2016). Pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha pada pemilik UKM sektor manufaktur garmen di Tanah Abang, Jakarta Pusat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 16(1).
- Sondra & Widjaja. (2021). Pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan konveksi di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2).
- Sugiono & Efendi. (2019). Strategi peningkatan keunggulan bersaing ikm: peran pembelajaran organisasi dan inovasi. *Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 4(1), 45–56.
- Tenun, M., & Di, I. (2016). Membangun Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis Pada Industri Kecil Menengah Tenung Ikat Di Troso, Jepara. *Jurnal Bisnis Strategi*, 25(2), 171–182. <https://doi.org/10.14710/jbs.25.2.171-182>
- Utama, W. & L. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Kompetitif Pada UKM Industri Kreatif Dengan Kapasitas Inovatif Sebagai Faktor Mediasi Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Bina Manajemen*, 9(1), 30–43.
- Venny, & Febriyantoro, M. T. (2020). Sustainable entrepreneurial orientation dan keunggulan bersaing terhadap kinerja bisnis: studi pada umkm di kota batam. *DeReMa (Development of Research Management): Jurnal Manajemen*, 15(2), 257–281.
- Witjaksono, H. P. (2014). ANALISIS ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN SUMBER DAYA INTERNAL PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA MELALUI KEUNGGULAN BERSAING (Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Furniture Kabupaten Jepara). *Jurnal Bisnis Strategi*, 23(1), 82–110.