

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN STRATEGI
SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEBERHASILAN KEWIRAUSAHAAN
DENGAN KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI MEDIASI
PADA SENTRA KOPI MURIA KUDUS**

Aji Setiyanto¹, Dina Lusianti², Faridhatun Faidah³

Program Studi Manajemen

Universitas Muria Kudus

Email korespondensi : dina.lusianti@umk.ac.id

Received: 24-02-2024 Reviewed: 18-03-2024 Accepted: 20-03-2024 Published: 26-03-2024

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of entrepreneurial orientation and distribution channel strategy on entrepreneurial success with competitive advantage as mediation at the Muria Kudus coffee center. This research is descriptive statistics by testing hypotheses. The sample was 110 business actors. The sampling technique used Purposive Sampling. Data collection used in this research was the questionnaire method. Instrument testing uses validity tests, reliability tests and normality tests. Analysis of the data used (SEM) Structural Equation Modeling which is operated through the AMOS program. Based on the results of hypothesis testing in this study, it shows that (1) entrepreneurial orientation has no direct effect on competitive advantage, (2) distribution channel strategy has a direct effect on competitive advantage, (3) entrepreneurial orientation has no effect on entrepreneurial success, (4) distribution channel strategy has a direct effect on entrepreneurial success, (5) competitive advantage has a direct effect on entrepreneurial success. Competitive advantage is able to mediate the influence of entrepreneurial orientation on entrepreneurial success and competitive advantage is able to mediate the influence of distribution channel strategy on entrepreneurial success but the influence is weak.

Keywords : *Entrepreneurial Orientation, Distribution Channel Strategy, Entrepreneurial Success and Competitive Advantage*

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan dan strategi saluran distribusi terhadap keberhasilan kewirausahaan dengan keunggulan bersaing sebagai mediasi pada sentra kopi muria kudus. Penelitian ini adalah bersifat deskriptif statistik dengan menuji hipotesis. Sampel sebanyak 110 orang pelaku usaha. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuesioner. Uji Instrumen menggunakan uji validitas, uji reabilitas, dan uji normalitas. Analisis data yang digunakan (SEM) *Structural Equatuion Modeling* yang di operasikan melalui program AMOS. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa (1) orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh langsung terhadap keunggulan bersaing, (2) strategi saluran distribusi berpengaruh langsung terhadap keunggulan bersaing, (3) orientasi kewirausahaan tidak

berpengaruh terhadap keberhasilan kewirausahaan,(4) strategi saluran distribusi berpengaruh langsung terhadap keberhasilan kewirausahaan, (5) keunggulan bersaing berpengaruh langsung terhadap keberhasilan kewirausahaan. Keunggulan bersaing mampu menjadi mediasi dari pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan kewirausahaan dan keunggulan bersaing mampu menjadi mediasi pengaruh strategi saluran distribusi terhadap keberhasilankewirausahaan tetapi pengaruhnya lemah.

Kata kunci : Orientasi Kewirausahaan, Strategi Saluran Distribusi, Keberhasilan Kewirausahaan, Keunggulan Bersaing

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki persaingan bisnis yang ketat, dimana dituntut untuk menerapkan proses manajemen bisnis yang produktif dan efisien serta menghasilkan produk atau jasa yang sesuai dengan preferensi pasar dengan standar kualitas yang lebih baik dari yang dimungkinkan kepada pesaing. Usaha tidak cukup hanya memiliki keunggulan bersaing, tetapi harus menghasilkan produk yang berdaya saing tinggi kriteria lain sebagai berikut: (1) produk yang dijual tersedia secara teratur dan berkesinambungan, (2) produk yang dijual harus bermutu tinggi dan mutu yang konsisten, (3) keragaman produk harus mampu memasok sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pasar (Jayaningrum dan Sanawiri, 2018).

UMKM memegang peranan penting dalam strategi pembangunan ekonominasional. Untuk dapat mencapai keberhasilannya suatu usaha, UMKM perlu fokus pada orientasi kewirausahaannya karena dapat membuka jalan bagi arah strategis UMKM dengan tujuan memantau kegiatannya untuk mencapai strategi saluran distribusi yang lebih baik (Masa'deh et al., 2018). Selain pengetahuan tentang usaha, UMKM juga perlu memperhatikan peningkatan strategi saluran distribusi terhadap perusahaan yang dijalankan. Maka dari itu, diperlukan adanya orientasi kewirausahaan yang dapat membantu UMKM mencapai peningkatan usahanya (Anggraeni, 2018).



Sumber : *Sentra Kopi Muria Tahun 2022*

Gambar 1

Data Perkembangan Lahan dan Produksi Kopi Kabupaten Kudus Tahun 2015-2022

Berdasarkan gambar 1 terlihat adanya fluktuasi produksi kopi dari tahun 2017 hingga tahun 2022. Produksi pada penurunan tertinggi terjadi pada tahun 2018 ketika produksi Kopi Muria Kudus mencapai 225,21 ton. Fluktuasi produksi dapat terjadi karena kurang optimalnya pemanfaatan faktor-faktor produksi, antara lain berkurangnya luas lahan kopi yang masih menjadi kendala dalam usaha dimana pengelolaan masih bersifat tradisional, alokasi input produksi yang belum optimal, dan perkembangan harga yang cukup berfluktuasi. karena mereka mengikuti pangsa pasar.

Tabel 1
Data Penyebaran Saluran Distribusi Sentra Kopi Muria
Tahun 2023

No	Nama Tempat	Lokasi
1.	Coffe Shop Pandowo	Kajar, Kec. Dawe Kab. Kudus
2.	Coffe Shop Seno View	Dukuh Pandak, Desa Colo, Kab. Kudus
3.	Later S Kajar	Kajar, Kec. Dawe Kab. Kudus
4.	Haverst	Kajar, Kec. Dawe Kab. Kudus
5.	Pasar PKL Colo	Terminal Desa Colo, Kab. Kudus
6.	55 Coffe	Lau, Desa Kajar, Kec. Dawe, Kab.Kudus
7.	Jenang Kudus Mubarak	Jl. Sunan Muria No. 33 Glantengan Kudus
8.	Pijar Park	Jl. Raya Jurang, Kec. Dawe, Kab. Kudus
9.	Graha Muria	Jl. Pesanggrahan No.193 Colo, Kudus
10.	Mbahe Coffe Dawe	Samirejo, Kec. Dawe Kab.Kudus
11.	Recolta Coffe	Jl. Raya Kudus-Colo, Cendono, Kec Dawe Kab. Kudus
12.	Maroz Coffe dan Resto	Kayuapu Kulon, Gondangmanis, Kec. Bae Kab. Kudus
13.	VJO Coffe	Kayuapu Kulon, Gondangmanis, Kec. Bae Kab. Kudus
14.	Jenang Aliya	Jl. Sosrokartono, Kaliputu Kudus

Sumber : *Sentra Kopi Muria 2023*

Terlihat pada Tabel 1 bahwa saluran distribusi Kopi Muria Kudus cukup banyak dan tersebar di beberapa tempat di wilayah Kudus sendiri. Namun pendistribusian kopi muria masih belum maksimal, hanya mendominasi di wilayah kota kudus, karena dalam strategi saluran distribusi perlu dilakukan perluasan jangkauan distribusi agar produktivitas kopi muria semakin meningkat dan dikenal banyak orang. Dari uraian tersebut terlihat fenomena yang terjadi adalah kurangnya distribusi ke wilayah luar Kudus sehingga mengakibatkan kurang maksimalnya jangkauan penjualan produk. Penjualan belum tercapai secara maksimal. Dapat dilihat pada Tabel 1 peningkatan produksi Kopi Muria Kudus yang tidak konsisten. Sebab, kurang optimal dalam hal pendistribusian produk. Apabila usaha ini dapat memasarkan dan mendistribusikan dengan baik dan distribusinya luas, maka akan mempunyai potensi volume penjualan yang lebih tinggi.

Beberapa penelitian terdahulu memberikan hasil penelitian yang berbeda terkait penelitian ini. Rahmadi et al., (2020) memperoleh hasil bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing. Pamungkas et al., (2021) mengemukakan orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing. Peneliti Suryani & Mudiantono (2019) memperoleh hasil bahwa strategi saluran distribusi berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing. Pratama (2022) peneliti mengemukakan bahwa terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan strategi saluran distribusi terhadap keunggulan bersaing. Merline & Widjaja (2022) memperoleh hasil bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap keberhasilan kewirausahaan. Peneliti Rohmah dan Ciptono (2022) mengemukakan bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keberhasilan kewirausahaan.

Peneliti Aprilia dan Inaya (2021) memperoleh hasil bahwa strategi saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan kewirausahaan. Kurniawan (2019) menyatakan hasil bahwa strategi saluran distribusi mempunyai pengaruh negatif terhadap keberhasilan kewirausahaan. Riany & Dahmiri (2020) menemukan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan kewirausahaan. Samuel (2018) mengemukakan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh negatif atau tidak signifikan terhadap keberhasilan kewirausahaan.

B. TELAAH PUSTAKA

Kesuksesan dari suatu perusahaan sudah pasti mempunyai dan menjaga suatu sistem saluran distribusi yang kuat, karena sistem distribusi yang kuat dapat memperluas pangsa pasar dari perusahaan. Saluran distribusi adalah suatu perorangan atau kelompok perusahaan yang bertujuan untuk membantu dan mengambil alih hak didalam proses pengalihan produk dari

produsen ke konsumen, adanya saluran distribusi proses pendistribusian produk ke konsumen lebih optimal. Saluran distribusi merupakan salah satu dari sumber keunggulan bersaing perusahaan dalam bidang pemasaran (Setiawan, 2013).

Berdasarkan uraian tersebut dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₁ Orientasi Kewirausahaan berpengaruh Positif terhadap Keunggulan Bersaing.

Pranoto (2018:44) yang menunjukkan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, sehingga artinya semakin tinggi nilai kebijakan pengusaha terhadap orientasi kewirausahaan, maka akan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Penelitian ini didukung oleh Munandar (2016:111) bahwa variabel orientasi kewirausahaan yang terdiri dari berani mengambil risiko, membuat produk sesuai dengan keinginan pelanggan, kemampuan pengusaha dalam menanggulangi dan mengantisipasi segala perubahan, kemampuan untuk mengenali peluang dan komitmen untuk inovasi dan kreativitas memperkenalkan produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.

H₂ Strategi Saluran Distribusi berpengaruh Positif terhadap Keunggulan Bersaing.

Tjiptono (2014:295) distribusi yang baik dapat memperluas jangkauan dari pemasaran produk sehingga ada peningkatan jumlah pelanggan serta dengan adanya saluran distribusi yang baik dapat memberikan keefektifan dan keefisienan dalam proses pendistribusian produk. Kedua poin tersebut akan bermuara kepada kinerja pemasaran yang semakin baik. Djafi (2016:46) mengemukakan bahwa ketepatan dalam proses pemilihan saluran distribusi untuk mengintegrasikan kepentingan antara distributor dan outlet didalam saluran distribusi serta menjaga suatu bentuk kerja sama dapat meningkatkan pangsa pasar yang merupakan salahsatu dari indikator kinerja pemasaran. Maka dari itu salah satu penentu keberhasilan dari kinerja pemasaran adalah keefektifan dari saluran distribusi.

H₃ Orientasi Kewirausahaan berpengaruh Positif terhadap Keberhasilan Kewirausahaan.

Darmanto (2015:34) menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan adanya pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Hal ini didukung oleh penelitian Furqoniyah dan Aransya (2020:70) inovasi berarti sikap wirausaha yang terlibat secara kreatif dalam proses percobaan ide-ide baru dan unik. Jiwa kewirausahaan yang tercermin dalam sikap penuh, inovasi, proaktif dan berani mengambil resiko diyakini memiliki kemampuan untuk mempercepat peningkatan hasil usaha karena orientasi kewirausahaan yang lebih tinggi dapat meningkatkan kemampuan

wirausaha untuk meningkatkan kemampuan memasarkan produknya agar berhasil dalam usahanya.

H₄ Strategi Saluran Distribusi berpengaruh Positif terhadap Keberhasilan Kewirausahaan.

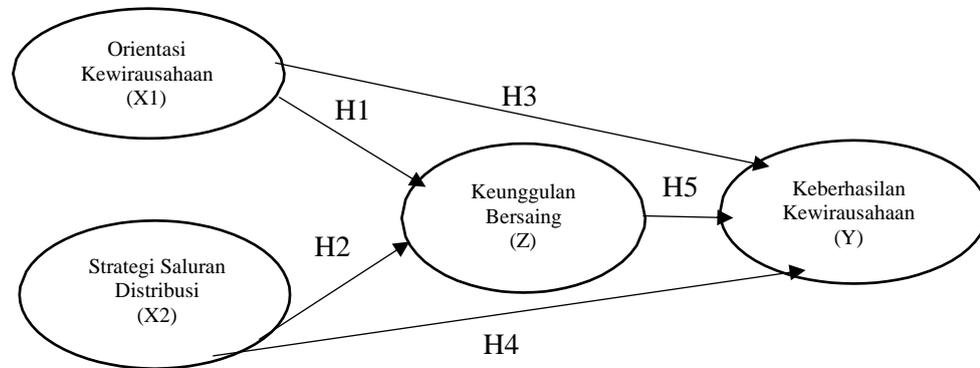
Setiawan (2013) menunjukkan bahwa strategi saluran distribusi berpengaruh terhadap keberhasilan kewirausahaan. Saluran distribusi inilah yang menjadi perantara khusus para produsen dengan para konsumen tanpa adanya saluran distribusi, maka barang-barang yang diproduksi oleh produsen tidak bisa sampai ke tangan konsumen.

Suryana (2014) menunjukkan bahwa saluran distribusi adalah rute yang dilalui produk mulai dari produsen sampai ke tangan pelanggan karena saluran menghubungkan strategi dengan kebutuhan pasar sasaran yang memfokuskan pada pemilihan saluran distribusi yang mana akan tepat dipakai sebagai sarana memasarkan hasil produksinya.

H₅ Keunggulan Bersaing berpengaruh Positif terhadap Keberhasilan Kewirausahaan.

Saiman (2014:124) menunjukkan bahwa ada hubungan antara keunggulan bersaing terhadap keberhasilan kewirausahaan. Hal ini menunjukkan bahwa harga menentukan keberhasilan pelaku usaha karena harga berdampak padapenguasaan pangsa pasar demikian pula dengan kualitas adalah upaya yang palingmemberatkan diperlukan peningkatan produknya agar para pelaku usaha dapat bertahan dan bersaing. Suryana (2014:91) menunjukkan bahwa dinamika keunggulan bersaing untuk mencapai keberhasilan usaha dengan menggabungkan harga dan kualitas untuk mencapai hasil dari pesaing memaksa pelaku usaha untuk berusaha meningkatkan nilai yang ditawarkan kepada konsumen dengan cara menurunkan harga pasar dan meningkatkan kualitas barang dan jasa.

Berdasarkan penyusunan hipotesis, maka disusun kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut :



Gambar 2
Kerangka Pemikiran Teoritis

Sumber : (Suryani & Mudiantono, 2019), (Merline & Widjaja, 2022), (Rahmadi,2020), (Kurniawan et al., 2019), (Frans et al., 2021)

C. METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari responden yaitu pelaku usaha Sentra Kopi Muria, Kudus, Jawa Tengah, Indonesia, dan data sekunder yang diperoleh dari jurnal, internet, dan Sentra Kopi Muria Kudus. Penelitian ini difokuskan pada pelaku usaha Sentra Kopi Muria Kudus dengan jumlah sampel sebanyak 110 pelaku usaha Sentra Kopi Muria Kudus dengan menggunakan metode *non-probability sampling* dan *purposive sampling*. Kriteria penelitian ini adalah 1) pelaku usaha UMKM Sentra Kopi Muria dan 2) Usaha telah berjalan minimal > 3 tahun.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi dan metode angket dengan menggunakan 5 skala likert. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *Scoring*, *Editing*, dan *Tabulasi*. Alat analisis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan software AMOS. Analisis yang digunakan adalah SEM atau *Structural Equation Model* yang dioperasikan melalui program AMOS. Pemodelan penelitian melalui SEM memungkinkan seorang peneliti menjawab pertanyaan penelitian yang berdimensi (yaitu mengukur apa yang menjadi indikator suatu konsep) dan regresif (mengukur pengaruh atau derajatnya).

Hasil uji validitas dikatakan memenuhi kriteria jika *loading factor* atau *standardized loading estimasi* > 0,5. Jika hasilnya lebih menonjol maka valid, dan jika

lebih kecil dari variabel yang diuji maka dicoret terlebih dahulu kemudian diuji kembali. Hasil uji validitas variabel endogen yang dipengaruhi eksogen dan intervening memberikan nilai korelasi lebih besar dari 0,50 sehingga seluruh indikator variabel penelitian dapat valid. Indikator konstraknya berbeda dengan indikator konstruk lainnya. Hal ini dikarenakan nilai akar kuadrat dari variabel AVE (*diskriminant validitas*) orientasi kewirausahaan, strategi saluran distribusi, keberhasilan wirausaha, dan keunggulan bersaing lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi antar variabel. Berdasarkan uji validitas, validitas konvergen memberikan nilai korelasi lebih besar dari 0,5, dan berdasarkan rata-rata variance yang diekstrak memenuhi syarat. Yaitu nilai $\geq 0,50$ dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas memenuhi kriteria apabila reliabilitas konstruk $> 0,70$. Hasil uji reliabilitas variabel endogen dipengaruhi oleh variabel eksogen dan intervening yang memberikan nilai rasio kritis diatas nilai *cut-off* 0,70 sehingga dapat dikatakan reliabel.

Tabel 2
Uji Validitas

Indikator	Variabel	Estimate	Keterangan
X1_1	Orientasi_Kewirausahaan	0,723	Valid
X1_4	Orientasi_Kewirausahaan	0,765	Valid
X1_5	Orientasi_Kewirausahaan	0,743	Valid
X2_1	Strategi_Saluran_Distribusi	0,776	Valid
X2_4	Strategi_Saluran_Distribusi	0,804	Valid
Z_1	Keunggulan_Bersaing	0,749	Valid
Z_4	Keunggulan_Bersaing	0,806	Valid
Z_5	Keunggulan_Bersaing	0,736	Valid
Y_2	Keberhasilan_Kewirausahaan	0,850	Valid
Y_4	Keberhasilan_Kewirausahaan	0,880	Valid

Sumber : Hasil analisis AMOS, 2023

Hasil uji validitas variabel endogen yang dipengaruhi eksogen serta intervening memberikan nilai korelasi lebih besar dari 0,50 sehingga semua indikator dari variabel penelitian dapat dikatakan valid.

Tabel 3
Uji Avarage Variance Extracted

No.	Variabel	Avarage Variance Extracted	Keterangan
1.	Orientasi Kewirausahaan	0,658	Valid
2.	Strategi Saluran Distribusi	0,674	Valid
3.	Keberhasilan Kewirausahaan	0,710	Valid
4.	Keunggulan Kewirausahaan	0,816	Valid

Sumber : Hasil analisis AMOS, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.17 diatas masing- masing variabel telah memenuhi persyaratan, yaitu nilai *variance extracted* $\geq 0,50$, maka dapat dinyatakan bahwa kuesioner telah memenuhi kriteria sebagai alat ukur. Hal ini berarti dinyatakan valid.

Tabel 4
Hasil Uji Discriminant Validity

	Orientasi Kewirausahaan	Strategi Saluran Distribusi	Keberhasilan Kewirausahaan	Keunggulan Bersaing
Orientasi Kewirausahaan	0,811			
Strategi Saluran Distribusi	0,350	0,820		
Keunggulan Bersaing	0,370	0,527	0,842	
Keberhasilan Kewirausahaan	0,384	0,550	0,552	0,903

Sumber : Hasil analisis AMOS, 2023

Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa indikator konstruk berbeda dari indikator konstruk lainnya. Hal ini dikarenakan nilai akar kuadrat dari AVE (*discriminant validity*) variabel orientasi kewirausahaan, strategi saluran distribusi, keberhasilan kewirausahaan dan keunggulan bersaing nilainya lebih tinggi dari nilai *correlation* antar variabel. Berdasarkan uji validitas *covergent validity* memberikan nilai korelasi lebih besar dari 0,5 dan berdasarkan *average variance extracted* memenuhi persyaratan yaitu nilai $\geq 0,50$ dinyatakan valid.

Tabel 5
Uji Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Construct Reliability</i>	<i>Cut-Off</i>	Keterangan
1.	Orientasi Kewirausahaan	0,781	0,7	Reliabel
2.	Strategi Saluran Distribusi	0,768	0,7	Reliabel
3.	Keberhasilan Kewirausahaan	0,807	0,7	Reliabel
4.	Keunggulan Bersaing	0,849	0,7	Reliabel

Sumber : Hasil analisis AMOS, 2023

Hasil uji reabilitas variabel endogen yang dipengaruhi variabel eksogen serta intervening yang memberikan nilai CR diatas nilai cut-offnya sebesar 0,70 sehingga dapat dikatakan reliabel.

Tabel 6
Uji Normalitas

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
Y_4	2,000	5,000	-,216	-,902	-,297	-,622
Y_2	2,000	5,000	-,345	-1,445	,137	,286
Y_1	2,000	5,000	,009	,036	-,291	-,609
Z_4	2,000	5,000	-,171	-,715	,191	,400
Z_1	2,000	5,000	-,242	-1,012	,515	1,077
X2_5	2,000	5,000	,075	,314	-1,053	-2,202
X2_4	2,000	5,000	,061	,257	-,453	-,947
X2_1	2,000	5,000	-,132	-,554	-,312	-,652
X1_5	2,000	5,000	-,177	-,742	,172	,360
X1_4	2,000	5,000	-,451	-1,886	,575	1,202
X1_1	2,000	5,000	-,343	-1,435	,417	,871

Multivariate	8,223	2,491
--------------	-------	-------

Sumber : Hasil analisis AMOS, 2023

Hasil analisis *assessment of normality* ditunjukkan bahwa tidak ada angka nilai pada kolom nilai *critical ratio* (c.r) di luar rentang $\pm 2,58$.Maka penelitan yang digunakan telah memenuhi syarat uji normalitas dantelah berdistribusi normal.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Merujuk pada hasil penyebaran kuesioner diperoleh hasil yang meliputi uji kelayakan model, uji hipotesis, dan analisis pengaruh langsung dan tidak langsung.

Tabel 7
Fitness of Fit Index SEM

Fitness of Fit index	Cut-off Value*	Hasil Model	Kesimpulan
$\chi^2 - Chi-square$ DF=38	Diharapkan lebih kecil dari tabel χ^2 (53,384)	51,135	Fit
<i>Sign. Probability</i>	≥ 0.05	0,076	Fit
CMIN/DF	≤ 2.00	1,346	Fit
RMSEA	≤ 0.08	0,058	Fit
GFI	≥ 0.90	0,922	Fit
AGFI	≥ 0.90	0,865	Marginal
TAG	≥ 0.95	0,956	Fit
CFI	≥ 0.95	0,970	Fit

Sumber : Hasil Analisis AMOS, 2023

Tabel 8
Uji Hipotesis

			C.R.	P	Keterangan
Keunggulan_Bersaing	<---	Orientasi_Kewirausahaan	1,485	0,138	Ditolak
Keunggulan_Bersaing	<---	Strategi_Saluran_Distribusi	3,565	0,000	Diterima
Keberhasilan_Kewirausahaan	<---	Orientasi_Kewirausahaan	0,644	0,519	Ditolak
Keberhasilan_Kewirausahaan	<--	Strategi_Saluran_Distribusi	2,219	0,026	Diterima
Keberhasilan_Kewirausahaan	<---	Keunggulan_Bersaing	2,722	0,006	Diterima

Sumber : Hasil Analisis AMOS, 2023

Berdasarkan dari berikut ini adalah hasil pengujian hipotesis sebagai berikut :

a. Pengujian Hipotesis 1

Pengujian hipotesis dengan model persamaan struktural pendekatan AMOS 24 menghasilkan koefisien jalur pengaruh langsung dengan nilai C.R di bawah taraf yaitu $1,485 < 1,645$ dan probabilitas sebesar $0,138 (> 0,05)$ yang berarti bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh langsung terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Kopi Muria Kudus.

b. Pengujian Hipotesis 2

Pengujian hipotesis dengan model persamaan struktural pendekatan AMOS 24 menghasilkan koefisien jalur pengaruh langsung dengan nilai C.R di bawah taraf yaitu $3,565 > 1,645$ dan probabilitas sebesar $0 (< 0,05)$ yang berarti bahwa strategi saluran distribusi mempunyai pengaruh langsung terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Kopi Muria Kudus.

c. Pengujian Hipotesis 3

Pengujian hipotesis dengan model persamaan struktural pendekatan AMOS 24 menghasilkan koefisien jalur pengaruh langsung dengan nilai C.R di bawah taraf yaitu $0,644 < 1,645$ dan probabilitas sebesar $0,519 (> 0,05)$ yang berarti bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh langsung terhadap keberhasilan kewirausahaan pada Sentra Kopi Muria Kudus.

d. Pengujian Hipotesis 4

Pengujian hipotesis dengan model persamaan struktural pendekatan AMOS 24 menghasilkan koefisien jalur pengaruh langsung dengan nilai C.R di bawah taraf yaitu $2,219 > 1,645$ dan probabilitas sebesar $0,026 (< 0,05)$ yang berarti bahwa strategi saluran distribusi mempunyai pengaruh langsung terhadap keberhasilan kewirausahaan pada Sentra Kopi Muria Kudus.

e. Pengujian Hipotesis 5

Pengujian hipotesis dengan model persamaan struktural pendekatan AMOS 24 menghasilkan koefisien jalur pengaruh langsung dengan nilai C.R di bawah taraf yaitu $2,722 > 1,645$ dan probabilitas sebesar $0,006 (< 0,05)$ yang berarti bahwa keunggulan bersaing mempunyai pengaruh langsung terhadap keberhasilan kewirausahaan pada Sentra Kopi Muria Kudus.

Tabel 7
Besar Total Effect

Variabel	Pengaruh Tidak Langsung	Pengaruh Langsung	Pengaruh Total
Orientasi Kewirausahaan	0,071	0,086	0,157
Strategi Saluran Distribusi	0,234	0,171	0,405

Sumber: Hasil Analisis AMOS, 2023

Berdasarkan data pada tabel diatas, maka *total effect* antar variabel yang dihasilkan dalam model dan hasil penelitian total pengaruh mediasi keunggulan bersaing mempunyai pengaruh lemah. Penjelasannya sebagai berikut :

- a. Orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan kewirausahaan menunjukkan hasil pengaruh langsung sebesar 0,071 lebih kecil dari pengaruh tidak langsung sebesar 0,086. Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing mampu menjadi variabel mediasi. *Total effect* baik secara langsung dan tidak langsung memberi kontribusi sebesar 0,157.
- b. Strategi saluran distribusi terhadap keberhasilan kewirausahaan menunjukkan hasil pengaruh langsung sebesar 0,234 lebih besar dari pengaruh tidak langsung sebesar 0,171. Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing mampu menjadi variabel mediasi tetapi pengaruhnya lemah. *Total effect* baik secara langsung dan tidak langsung memberi kontribusi sebesar 0,405.

E. KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan dan strategi saluran distribusi terhadap keberhasilan kewirausahaan dengan keunggulan bersaing sebagai mediasi pada Sentra Kopi Muria Kudus. Seluruh hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, strategi saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap keberhasilan kewirausahaan, saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan kewirausahaan dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan kewirausahaan.

Saran penelitian terkait variabel orientasi kewirausahaan berdasarkan indikator yang mempunyai nilai terendah yaitu inisiatif. Saran penulis untuk Sentra Kopi Muria Kudus harus mempunyai sikap inisiatif untuk meningkatkan penjualan

kopiMuria serta dapat meningkatkan produksi agar kopi Muria cepat berkembang dan banyak diterima oleh masyarakat luas. Saran penelitian terkait variabel strategi saluran distribusi berdasarkan indikator yang mempunyai nilai terendah yaitu ketersediaan produk. Saran penulis untuk Sentra Kopi Muria Kudus hendaknya mampu menjamin ketersediaan produk yang akan ditawarkan kepada konsumen sehingga produk-produk tersebut semakin dikenal masyarakat sehingga mampu memuaskan keinginan konsumen.

Saran penelitian terkait variabel keberhasilan kewirausahaan berdasarkan indikator yang mempunyai nilai terendah yaitu kebutuhan pelanggan. Saran penulis untuk Sentra Kopi Muria Kudus lebih memperhatikan kebutuhan pelanggan dari penjualan kopi dengan berbagai macam ukuran dan berbagaimacam variasi rasa agar menyesuaikan kebutuhan pelanggan di berbagai kalangan masyarakat. Saran penelitian terkait variabel keunggulan bersaing berdasarkan indikator yang mempunyai nilai terendah yaitu deferensiasi teknologi. Saran penulis untuk Sentra Kopi Muria Kudus agar melakukan produksi pengelolaan kopi sudah tidak menggunakan mesin konvensional pada umumnya dan beralih pada teknologi modern pengolahan kopi agar mutu dan cita rasa kopi muria terjaga kualitasnya sehingga siap untuk menghadapi pangsa pasar yang luas dan kompetitornya. Berdasarkan nilai squared multiple correlation pada persamaan kedua adalah 0,474%. Nilai ini mengindikasikan bahwa 47,4 % dari variasi nilai keberhasilan kewirausahaan ditentukan oleh nilai variabel orientasi kewirausahaan dan strategi saluran distribusi, serta keunggulan bersaing. Penelitian selanjutnya dapat memperluas sampel penelitian, serta dapat menambah variabel penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, 2018. (2021). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 892–896. <https://doi.org/10.31949/jb.v2i4.1525>
- Arumsari, N. R., Lusianti, D., & Mulyani, U. R. (2023). ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN PADA PEGAWAI YANG MEMASUKI MASA PENSIUN (STUDI KASUS DI KUDUS). *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 18(3), 669–682. <https://doi.org/10.32534/jv.v18i3.4266>
- Kurniawan, G. (2019). Kewirausahaan di Era 4.0. In *Sasanti Institute*.
- Masa'deh, R., Al-Henzab, J., Tarhini, A., & Obeidat, B. Y. (2018). The associations among market orientation, technology orientation, entrepreneurial orientation and organizational performance.

Benchmarking, 25(8), 3117–3142. <https://doi.org/10.1108/BIJ-02-2017-0024>

Merline, M., & Widjaja, O. H. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi terhadap Keberhasilan UKM Alumni dan Mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2), 435. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18243>

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>

Riany, A. I., & Dahmiri, D. (2020). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Wedding Organizer Hastina Puspita Decoration Kota Jambi). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(2), 94–104. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i2.12038>

Suryani, F. A., & Mudiantono, M. (2019). Analisis Pengaruh Saluran Distribusi, Implementasi Erp dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel 2(November), 187–195. <https://doi.org/10.20961/mrm.v2i2.48>