

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Dan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Bisnis Melalui Keunggulan Kompetitif Pada Pedagang Pakaian Di Pasar Kliwon Kabupaten Kudus

Rizza Umami Dewi

Manajemen, Universitas Muria Kudus

Email korespondensi: rizzaumamidewi10@gmail.com

Received: 31-7-2022

Reviewed: 12-08-2022

Accepted: 18-08-2022

Published: 19-09-2022

ABSTRACT

This research was conducted to analyze the effect of entrepreneurial orientation, innovation, and the use of information technology on business performance through competitive advantage in clothing traders at Kliwon Market, Kudus Regency. Entrepreneurial orientation, innovation and use of information technology act as exogenous variables, while competitive advantage as an intervening variable and business performance as endogenous variables. The total population of this study was 1550 seller with a sample of 318 respondents with purposive sampling technique. Data analysis uses SEM technique with the help of AMOS 24 software. The results of this study indicate that orientation has a positive and significant effect on competitive advantage but has a negative effect on business performance. Innovation and use of information technology is proven to have a positive and significant impact on competitive advantage and business performance. Competitive advantage can be an intervening variable between the influence of entrepreneurial orientation on business performance, innovation on business performance and the use of information technology on business performance.

Keywords: entrepreneurial, innovation, information technology, business performance, competitive advantage.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi, dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing pada pedagang pakaian di Pasar Kliwon Kabupaten Kudus. Orientasi kewirausahaan, inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi sebagai variabel eksogen, sedangkan keunggulan bersaing sebagai variabel intervening dan kinerja bisnis sebagai variabel endogen. Jumlah populasi penelitian ini adalah 1550 pedagang pakaian dengan sampel sebanyak 318 responden dengan teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan teknik SEM dengan bantuan software AMOS 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing tetapi berpengaruh negatif terhadap kinerja bisnis. Inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi terbukti berdampak positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dan kinerja bisnis. Keunggulan bersaing dapat menjadi variabel

intervening antara pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha, inovasi terhadap kinerja usaha dan penggunaan teknologi informasi terhadap kinerja usaha.

Kata kunci: kewirausahaan, inovasi, teknologi informasi, kinerja bisnis, keunggulan bersaing.

A. PENDAHULUAN

Pada sektor perdagangan, suatu daerah dapat diketahui potensi ekonominya dilihat dari banyaknya pasar tradisional yang ada. Jika semakin tinggi transaksi yang terjadi, sektor perdagangan di suatu daerah tersebut dikatakan berhasil. Pasar Kliwon merupakan pasar terbesar di Kudus dan dikenal sebagai pusat belanja grosir dan eceran se Karisidenan Pati. Banyaknya para pengunjung atau pembeli yang berasal dari luar Kudus, sehingga yang belanja tidak hanya orang Kudus saja. Produk yang dijual didalamnya kebanyakan dari konveksi dan home industry sehingga 75% dari 2.583 kios di dalamnya merupakan kios konveksi dan tekstil. Contohnya : pakaian, aksesoris, sepatu, tas, boneka, jam, perabotan rumah tangga, kebutuhan pokok sehari-hari dll. Khusus pada produk pakaian tersendiri sebesar 60% dari 2.583 kios yang ada di dalam pasar Kliwon dan merupakan komoditas terbanyak yang diperjualbelikan.

Kinerja bisnis menjadi suatu hal yang krusial untuk diperbincangkan karena menyangkut keberadaan dan keberlangsungan bisnis di masa mendatang. Tanpa adanya kinerja bisnis, maka bisnis yang selama ini dijalankan berarti dianggap kurang memberikan kontribusi yang menguntungkan bagi pemilik atau pengelola dan orang-orang yang berkontribusi selama menjalankan bisnisnya. Terlebih kondisi seperti saat ini di tengah masa pandemi Covid-19 yang mengakibatkan sejumlah para pedagang pakaian di pasar Kliwon sepi pembeli. Menurut artikel berita yang diterbitkan antaranews.com, pendapatan para pedagang pasar kliwon menurun drastis. Sebelumnya para pedagang ini menghasilkan pemasukan jutaan rupiah dalam sehari dan banyak pembeli yang datang dari luar kota melakukan pembelian barang yang lebih banyak untuk dijual kembali tetapi sekarang berbeda dengan biasanya yang selalu padat pengunjung. Pada salah satu pedagang mengatakan bahwa pedagang tersebut bisa memperoleh omzet 2-3 juta sehari, tetapi pada masa pandemi hanya tiga sampai empat potong saja barang yang terjual. Menurut artikel berita yang diterbitkan Detik News, para pedagang pasar kliwon omzetnya anjlok 90% setelah diberlakukannya PPKM darurat.

Selain dari kondisi pandemi Covid-19 yang melemahkan perekonomian Indonesia, terdapat permasalahan lain yang dihadapi banyak wirausaha. Para pedagang di pasar Kliwon

Kabupaten Kudus rupanya belum siap untuk menghadapi situasi di dunia bisnis yang selalu berubah-ubah seperti adanya pandemi Covid-19 yang menyebabkan mereka harus mencari peluang-peluang baru untuk mempertahankan bisnis mereka. Produk kurang inovatif dan bersifat duplikatif sangat terasa terlihat dari model yang dipajang di toko mereka. Kualitas produk juga perlu ditingkatkan lagi untuk menarik konsumen dan meningkatkan daya saing. Selain itu, mereka tidak memanfaatkan penggunaan teknologi informasi secara optimal untuk mendukung dan membuat produk mereka bisa berkembang dan lebih dikenal masyarakat atau konsumen. Saat ini sudah era digital, semua orang dapat mengakses semua informasi melalui jaringan internet dengan mudah. Rendahnya kinerja bisnis juga menjadi masalah baru pada para pedagang di pasar Kliwon Kabupaten Kudus di tengah pandemi Covid-19 yang menyebabkan turunnya jumlah penjualan dan menurunnya laba penghasilan. Hal ini menjadi masalah penting bagi laju perekonomian setempat. Oleh karena banyak permasalahan yang dihadapi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi dan penggunaan teknologi informasi terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan kompetitif pada pedagang pakaian di pasar Kliwon Kabupaten Kudus.

B. TELAAH PUSTAKA

Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan merupakan penggambaran ciri dan karakteristik seorang wirausaha yang meliputi: percaya diri dan yakin dalam menjalankan usaha, berorientasi pada tugas dan hasil, berani mengambil resiko, mempunyai jiwa kepemimpinan, keorisinilan dan berorientasi pada masa depan (Indriani, 2020: 31). Orientasi kewirausahaan dapat diukur melalui indikator-indikator sebagai berikut : kesiapan menghadapi situasi ketidakpastian, kemampuan mengkalkulasikan risiko, tanggung jawab personal, dan kemampuan menyelesaikan permasalahan usaha (Sagie, dkk. 2020).

Inovasi

Inovasi merupakan sesuatu yang bersumber pada manusia itu sendiri yang diawali dengan ide atau gagasan yang kreatif dan selanjutnya ide tersebut harus bisa diimplementasikan secara nyata dan dibutuhkan pengelolaan dan pengendalian oleh karena itu perlunya manajemen inovasi sebagai upaya perusahaan dalam menghasilkan produk yang inovatif dan bisa memperkenalkan produk tersebut ke pasar yang tepat di dalam persaingan bisnis yang ketat (Lestari, 2019).

Indikator atau pengukuran untuk mengetahui suatu perusahaan telah berorientasi pada inovasi tingkat tinggi atau masih rendah dapat dilihat dari sering tidaknya perusahaan mengenalkan produk baru, pelayanan baru, proses produksi baru, kualitas produk, dan bahan baku (Darmanto & Kuntono, 2016). Inovasi diukur dengan lima indikator yaitu: sering tidaknya perusahaan mengenalkan produk baru, pelayanan baru, proses produksi baru, kualitas produk dan bahan baku (Darmanto, dkk. 2015:74).

Penggunaan Teknologi Informasi

Teknologi informasi adalah seperangkat komponen yang mempunyai keterkaitan dalam hal memproses, menyimpan, mengumpulkan, dan menyebarkan sebuah informasi dan data untuk penentuan keputusan dan pengawasan pada perusahaan (Abdillah, dkk. 2020). Indikator penggunaan teknologi informasi yaitu: tingkat penggunaan teknologi informasi untuk berkomunikasi, tingkat pemanfaatan teknologi informasi, peningkatan keterampilan karyawan dengan adanya teknologi informasi, dan tingkat kecepatan penyelesaian pekerjaan dengan adanya teknologi informasi (Kresdiana, 2013).

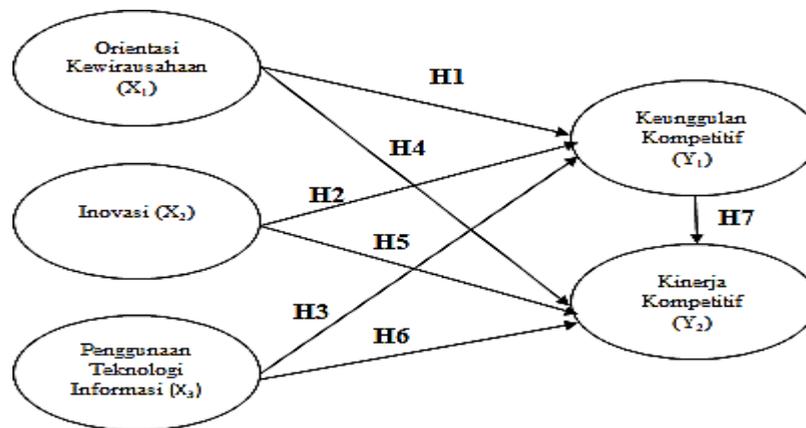
Keunggulan Kompetitif

Suatu perusahaan dikatakan memiliki keunggulan kompetitif ketika perusahaan tersebut mempunyai sesuatu yang tidak dimiliki pesaing lainnya, melakukan sesuatu lebih baik dari perusahaan lain, ataupun mampu melakukan sesuatu yang perusahaan lain tidak mampu. Dengan demikian, keunggulan kompetitif menjadi suatu kebutuhan jangka panjang dan kelangsungan hidup perusahaan (Kuncoro, 2020). Indikator keunggulan kompetitif yang diterapkan sebuah perusahaan dari produk atau jasa yang dihasilkan yaitu *price*, *quality* dan *differentiation* (Aprizal, 2018). Terdapat tolak ukur keunggulan kompetitif yaitu keunikan produk, kualitas produk, harga bersaing (Lestari, 2019).

Kinerja Bisnis

Kinerja bisnis merupakan tingkat pencapaian hasil atas pelaksanaan tugas tertentu dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi suatu perusahaan serta tingkat pencapaian hasil dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan (Ratih, 2021). Terdapat empat indikator untuk mengukur kinerja perusahaan yaitu kemampuan, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pasar, dan porsi pasar (Aprizal, 2018).

Kerangka Pemikiran Teoritis



Gambar 1
Kerangka Pemikiran Teoritis

Hipotesis

- H₁ : Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif pada pedagang pakaian di pasar Kliwon Kabupaten Kudus.
- H₂ : Inovasi berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif pada pedagang pakaian di pasar Kliwon Kabupaten Kudus.
- H₃ : Penggunaan Teknologi Informasi berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif pada pedagang pakaian di pasar Kliwon Kabupaten Kudus.
- H₄ : Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis pada pedagang pakaian di pasar Kliwon Kabupaten Kudus.
- H₅ : Inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis pada pedagang pakaian di pasar Kliwon Kabupaten Kudus.
- H₆ : Penggunaan Teknologi Informasi berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis pada pedagang pakaian di pasar Kliwon Kabupaten Kudus.
- H₇ : Keunggulan kompetitif berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis pada pedagang pakaian di pasar Kliwon Kabupaten Kudus.

C. METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh pedagang pakaian di pasar Kliwon Kabupaten Kudus sebanyak 1550 pemilik usaha (di bidang pakaian). Pengambilan sampel penelitian menggunakan metode *probability sampling*. Jumlah sampel sebanyak 318 responden berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin. Dalam pengujian SEM mempunyai kriteria sampel yang telah disyaratkan minimal 100 sampel, sedangkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 318 responden. Penelitian ini menggunakan observasi dan kuesioner sebagai alat mengumpulkan data dengan menggunakan skala likert 1-5 (sangat tidak setuju – sangat setuju).

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis *Structural Equation Model* (SEM) yang dioperasikan dengan program AMOS 24. Menurut Santoso (2018) SEM merupakan teknik statistik multivariat kombinasi dari analisis faktor dan analisis regresi yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel yang ada pada sebuah model, baik itu antar indikator dengan konstraknya maupun hubungan antar konstruk. Secara umum, sebuah model SEM dibagi menjadi dua yaitu model pengukuran (*measurement model*) dan model struktural (*structural model*).

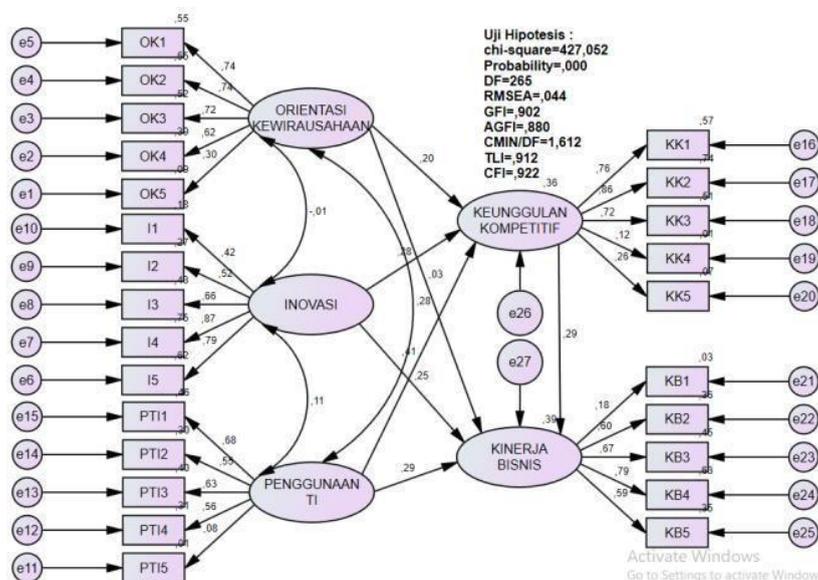
D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Survey dengan kuesioner pada pedagang pakaian di pasar Kliwon Kabupaten Kudus menunjukkan hasil dari 318 responden menggambarkan bahwa yang berpartisipasi sebagian besar berjenis kelamin wanita yaitu sebanyak 170 orang (53,5%) dan sisanya responden berjenis kelamin pria. Sebagian besar responden berusia diantara 41-45 tahun dengan total 74 responden (23,3%). Mayoritas tingkat pendidikan terakhir responden adalah SMA sebanyak 148 responden (46,5%). Kebanyakan responden yang berdomisili di Kecamatan Kota Kudus yakni sebanyak 148 responden (51%). Sebagian besar responden yakni 123 responden (38,7%) yang telah mempunyai bisnis lebih dari 10 tahun.

Hasil Analisis SEM

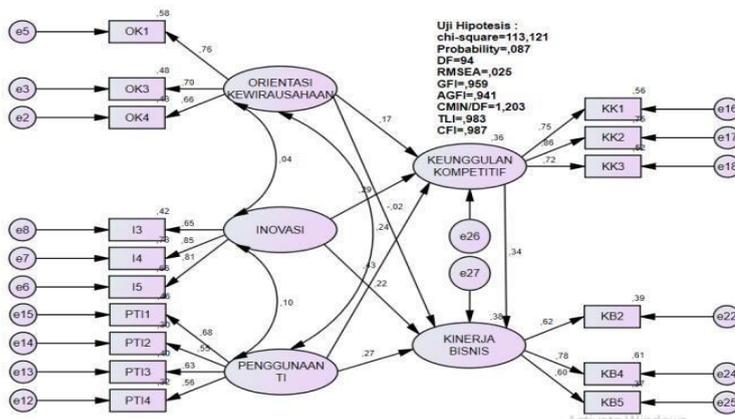
Evaluasi *Goodness of Fit* Full Model SEM



Gambar 2

Hasil Uji Full Model *Structural Equation Modelling* (SEM) Sebelum Perbaikan
 Sumber : Data diolah, 2021

Karena pada *modification indices* yang muncul pada hasil kalkulasi AMOS dengan melihat error pada hubungan masing-masing indikator diketahui terdapat beberapa indikator yang mempunyai eror yang besar sehingga mempengaruhi *fit* suatu model. Oleh karena itu dilakukan penghilangan indikator yang terdapat banyaknya error tersebut untuk mendapatkan suatu model yang fit. Berikut *output* pengujian konfirmatori setelah dilakukan perbaikan model:



Gambar 3

Hasil Uji Full Model *Structural Equation Modelling* (SEM) Setelah Perbaikan

Sumber : data diolah, 2021

Tabel 1
Uji Model *Goodness of Fit* Model Full SEM

<i>Goodness of-fit Indeks</i>	<i>Cut-off- value</i>	<i>Value</i>	<i>Ket.</i>
<i>Chi-Square</i>	Diharapkan kecil	113,121	Fit
<i>Probability</i>	$\geq 0,05$	0,087	Fit
<i>RMSEA</i>	$\leq 0,08$	0,025	Fit
<i>GFI</i>	$\geq 0,90$	0,959	Fit
<i>AGFI</i>	$\geq 0,90$	0,941	Fit
<i>CMIN/DF</i>	$\leq 2,00$	1,203	Fit
<i>TLI</i>	$\geq 0,90$	0,983	Fit
<i>CFI</i>	$\geq 0,90$	0,987	Fit

Sumber Data: Hasil perhitungan AMOS, 2021

Gambar diatas menunjukkan hasil *chi-square* sebesar 113,121 dengan *probability* sebesar $0,087 \geq 0,05$, nilai RMSEA sebesar $0,025 \leq 0,08$ dan dengan asumsi bahwa GFI termasuk dalam marginal *fit* yaitu $0,959 \geq 0,90$ dan AGFI juga menunjukkan bahwa hasilnya yang baik yaitu $0,941 \geq 0,90$. Nilai CMIN/DF $1,203 < 2,0$, nilai TLI $0,983 \geq 0,90$, dan nilai CFI $0,987 \geq 0,90$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa uji kesesuaian model dinyatakan memiliki nilai model *fit*, sehingga dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa struktur analisis modelling dapat dilakukan.

Uji Normalitas

Tabel 2
Uji Normalitas Data

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
KB5	1,00 0	5,00 0	,270	1,966	-,564	- 2,053
KB4	1,00 0	5,00 0	- ,230	- 1,675	-,230	-,838
KB2	1,00 0	5,00 0	- ,223	- 1,624	-,497	- 1,811
KK3	1,00 0	5,00 0	- ,416	- 3,031	-,298	- 1,085
KK2	1,00 0	5,00 0	- ,446	- 3,244	-,065	-,236
KK1	1,00 0	5,00 0	- ,572	- 4,168	-,017	-,063
PTI1	1,00 0	5,00 0	- ,381	- 2,771	,002	,007
PTI2	1,00 0	5,00 0	- ,262	- 1,906	,188	,684
PTI3	1,00 0	5,00 0	- ,162	- 1,179	-,530	- 1,930
PTI4	1,00 0	5,00 0	- ,417	- 3,036	-,219	-,797
I3	1,00 0	5,00 0	- ,586	- 4,263	,808	2,942
I4	1,00 0	5,00 0	- ,191	- 1,392	-,214	-,781
I5	1,00 0	5,00 0	- ,394	- 2,870	-,064	-,233
OK1	1,00 0	5,00 0	- ,518	- 3,773	-,173	-,631
OK3	1,00 0	5,00 0	- ,279	- 2,032	-,391	- 1,423
OK4	1,00 0	5,00 0	- ,317	- 2,308	-,668	- 2,431
Multivariate					2,573	,956

Sumber : data diolah, 2021

Pengujian ini menggunakan kriteria nilai kritis yang telah ditetapkan sebesar $\pm 2,58$. Pada tabel di atas terlihat nilai cr pada multivariate pada kisaran $\pm 2,58$ yaitu 0,956 artinya berada di rentang antara (-) 2,58 dan 2,58 yang berarti bahwa data penelitian tersebut berdistribusi normal. Jadi, data penelitian dapat dianalisis menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) pada program AMOS 24.

Uji *Outlier*

Tabel 3
Mahalanobis d-squared

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
4	41,751	,000	,128
5	34,658	,004	,411
251	34,402	,005	,197
...
...
...
38	18,754	,282	,161
127	18,747	,282	,136
302	18,747	,282	,111

Sumber :data diolah, 2021

Nilai mahalanobis yaitu pada tabel *chi-square* dengan $df = 25$ (sesuai jumlah indikator) menggunakan tingkat signifikansi 0,01 maka nilai mahalanobisnya adalah 44,314. Berdasarkan tabel diatas terlihat tidak terdapat data outlier karena jarak mahalanobis paling tinggi adalah 41,751. Jadi jarak tersebut berada dibawah 44,314. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak adanya *multivariate outliers* atau data-data ekstrim yang tidak normal, sehingga data-data tersebut tidak perlu untuk dieliminasi.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 4
Hasil Pengujian *Convergent Validity* dan *Construct Reliability*

Indikator	Std Loading	Construct Reliability
Orientasi Kewirausahaan		0,785
X1_1	0,763	
X1_3	0,695	
X1_4	0,658	
Inovasi		0,864
X2_3	0,646	
X2_4	0,855	
X2_5	0,813	
Penggunaan Teknologi Informasi		0,723
X3_1	0,680	
X3_2	0,550	
X3_3	0,630	
X3_4	0,563	
Keunggulan Kompetitif		0,862
Y1_1	0,748	
Y1_2	0,864	
Y1_3	0,723	
Kinerja Bisnis		0,771
Y2_2	0,621	
Y2_4	0,782	
Y2_5	0,604	

Sumber :data diolah, 2021

Suatu instrumen penelitian dapat dinyatakan valid apabila *standard loading*nya lebih dari 0,5 dan dapat dinyatakan reliabel apabila nilai dari *construct reliability* >0,7. Dalam tabel 2 diatas, *standard loading* dan *construct reliability* telah memenuhi kriteria yang dipersyaratkan sehingga data tersebut dikatakan *valid* dan *reliabel*.

Analisis Square Multiple Correlations

Tabel 5
Nilai *Squared Multiple Correlation*

Variabel	Estimate
Keunggulan Kompetitif	0,363
Kinerja Bisnis	0,378

Sumber : data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 5, nilai *square multiple correlation* dalam *estimate* pada variabel keunggulan kompetitif adalah 0,363. Nilai ini mengindikasikan bahwa 36,3% dari variabel nilai keunggulan kompetitif ditentukan oleh variabel orientasi kewirausahaan, inovasi dan penggunaan teknologi informasi. Nilai *square multiple correlation* dalam *estimate* variabel kinerja bisnis adalah 0,378. Nilai ini mengindikasikan bahwa 37,8% dari nilai kinerja bisnis ditentukan oleh variabel orientasi kewirausahaan, inovasi dan penggunaan teknologi informasi.

Uji Hipotesis

Tabel 6
Tabel *Regression Weights*

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Y 1	<-- -	X 1	,171	,06 7	2,55 2	,01 1	par_1 5
Y 1	<-- -	X 2	,252	,05 4	4,66 8	***	par_1 7
Y 1	<-- -	X 3	,459	,08 3	5,53 6	***	par_1 9
Y 2	<-- -	X 1	-,016	,06 1	-,265	,79 1	par_1 6
Y 2	<-- -	X 2	,159	,05 3	2,98 5	,00 3	par_1 8
Y 2	<-- -	X 3	,246	,08 4	2,94 0	,00 3	par_2 0
Y 2	<-- -	Y 1	,287	,08 1	3,55 1	***	par_2 1

Sumber Data: Hasil perhitungan AMOS,

Berdasarkan tabel 6, maka dapat diketahui bahwa semua hipotesis diterima dan terbukti berpengaruh positif dan signifikan diketahui dari nilai probabilitas (P) < 0,05 dan nilai CR \geq 1,96 . Jika nilai tersebut sesuai dengan kriteria yang dipersyaratkan maka hipotesis akan diterima, kecuali pengaruh orientasi terhadap kinerja bisnis yang hasilnya negatif dan tidak signifikan.

Analisis Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect

Tabel 7
Standardized Direct Effects

	X3	X2	X1	Y1
Y 1	,42 8	,29 4	,171	,00 0
Y 2	,26 8	,21 7	- ,019	,33 6

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa variabel penggunaan teknologi informasi (0,428) adalah variabel yang mempunyai pengaruh langsung paling besar terhadap keunggulan kompetitif. Kemudian variabel keunggulan kompetitif (0,336) adalah variabel yang mempunyai pengaruh langsung paling besar terhadap kinerja bisnis.

Tabel 8
Standardized Indirect Effects

	X3	X2	X1	Y1
Y 1	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0
Y 2	,14 4	,09 9	,05 8	,00 0

Sumber : data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa variabel penggunaan teknologi informasi (0,144) adalah variabel yang mempunyai pengaruh tidak langsung paling besar terhadap keunggulan kompetitif.

Tabel 9
Standardized Total Effects

	X3	X2	X1	Y1
Y 1	,42 8	,29 4	,17 1	,00 0
Y 2	,41 2	,31 6	,03 9	,33 6

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui bahwa variabel penggunaan teknologi informasi adalah variabel yang mempunyai pengaruh total paling besar terhadap keunggulan kompetitif sebesar 0,428 dan kinerja bisnis sebesar 0,412.

Pembahasan

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Kompetitif

Orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif pada pedagang pakaian di pasar kliwon kabupaten kudus. Artinya semakin suatu bisnis itu memiliki orientasi kewirausahaan yang baik maka keunggulan kompetitif dari bisnis tersebut juga akan semakin baik dan meningkat. Sebaliknya, ketika suatu bisnis tidak memiliki orientasi kewirausahaan yang baik maka tidak bisa meningkatkan keunggulan kompetitif yang baik pula. Anis, dkk. (2018) dalam penelitiannya menyatakan adanya pengaruh langsung dan positif antara orientasi kewirausahaan dan keunggulan kompetitif.

Penelitian Utami & Wilopo (2018) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Sama halnya dengan penelitian dari Lestari, dkk. (2019) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif, hal ini menunjukkan bahwa semakin seorang pengusaha menerapkan orientasi kewirausahaan terhadap bisnisnya maka keunggulan kompetitif terhadap bisnis tersebut akan meningkat.

Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan Kompetitif

Inovasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif pada pedagang pakaian di pasar kliwon Kabupaten Kudus. Artinya semakin seorang pemilik usaha melakukan inovasi dalam menjalankan bisnisnya maka akan dapat dijadikan sumber untuk meningkatkan keunggulan kompetitif, sebaliknya ketika seorang pengusaha tidak berinovasi dalam bisnisnya maka akan sulit untuk memperoleh keunggulan kompetitif. Fahmi & Mudiantono (2019) menyatakan adanya pengaruh langsung dan positif antara inovasi dan keunggulan kompetitif.

Penelitian Lestari, dkk. (2019) yang menyatakan bahwa inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Selain itu penelitian dari Jayaningrum & Sanawiri (2018) menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan

kompetitif. Inovasi dapat dijadikan sebagai salah satu sumber untuk meningkatkan keunggulan kompetitif suatu bisnis, apabila suatu perusahaan tersebut mampu untuk melakukan inovasi terhadap produknya dan konsisten dalam menjaga produk untuk tetap sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Keunggulan Kompetitif

Penggunaan teknologi informasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif pada pedagang pakaian di pasar kliwon Kabupaten Kudus. Artinya semakin seorang pengusaha menggunakan teknologi informasi dengan baik dalam bisnisnya maka akan mempengaruhi peningkatan keunggulan kompetitif, sebaliknya ketika seorang pengusaha tidak memanfaatkan teknologi informasi dalam bisnisnya maka akan sulit untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. Anis, dkk. (2018) menyatakan adanya pengaruh langsung dan positif antara penggunaan teknologi informasi dan keunggulan kompetitif.

Penelitian Fahmi & Mudiantono (2019) menunjukkan bahwa penggunaan teknologi informasi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Persaingan bisnis yang semakin ketat mengharuskan suatu bisnis untuk mempunyai strategi yang tepat untuk tetap bertahan. Salah satunya dengan menggunakan teknologi informasi sebagai alat untuk memasuki pasar di era digital. Sehingga dengan menerapkan strategi tersebut maka keunggulan kompetitif akan diperoleh untuk bisa bersaing dengan para pesaing lainnya.

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Bisnis

Orientasi kewirausahaan berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja bisnis pada pedagang pakaian di pasar kliwon kabupaten Kudus. Artinya orientasi kewirausahaan yang dimiliki pemilik bisnis ini kurang meningkatkan kinerja bisnisnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Feranita & Setiawan (2018) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh negatif terhadap kinerja bisnis. Selain itu, penelitian dari Laily (2018) menunjukkan hasil bahwa orientasi kewirausahaan memiliki berpengaruh negatif terhadap kinerja bisnis.

Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis

Inovasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada pedagang pakaian di pasar kliwon kabupaten Kudus. Artinya inovasi merupakan salah satu faktor pendorong terciptanya kinerja bisnis yang baik dalam suatu bisnis. Semakin seorang pengusaha

melakukan inovasi dalam bisnisnya maka akan meningkatkan kinerja bisnis yang lebih baik, sebaliknya ketika seorang pengusaha tidak melakukan inovasi dalam bisnis tersebut maka sulit untuk memperoleh kinerja bisnis yang baik. Putri, dkk. (2019) menyatakan adanya pengaruh langsung dan positif antara inovasi dan kinerja bisnis.

Penelitian Udriyah, dkk. (2019) yang menyatakan bahwa inovasi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Selain itu penelitian dari Fahmi & Mudiantono (2019) yang menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Semakin sering suatu bisnis melakukan inovasi maka kinerja bisnisnya pun akan semakin meningkat. Hal tersebut dikarenakan suatu bisnis tersebut mampu beradaptasi dalam kondisi lingkungan yang dinamis dan dapat menciptakan sesuatu hal yang baru untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Bisnis

Penggunaan teknologi informasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada pedagang pakaian di pasar kliwon kabupaten Kudus. Artinya penggunaan teknologi informasi mampu meningkatkan kinerja bisnis suatu usaha. Semakin suatu bisnis memanfaatkan teknologi informasi dengan baik ini dalam menjalankan bisnisnya maka akan terciptanya peningkatan kinerja bisnis yang baik, sebaliknya ketika suatu bisnis tidak menggunakan teknologi informasi terhadap bisnisnya maka tidak bisa memperoleh kinerja bisnis yang baik. Fahmi & Mudiantono (2019) menyatakan adanya pengaruh langsung dan positif antara penggunaan teknologi informasi dan kinerja bisnis.

Penelitian Sidiq & Astutik (2017) yang mengemukakan bahwa penggunaan teknologi informasi berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. penggunaan teknologi informasi akan membawa dampak positif terhadap kinerja suatu bisnis dalam jangka panjang. Mengingat dunia telah memasuki revolusi industri 4.0 yang mengharuskan seorang pengusaha harus lebih adaptif untuk menghadapi lingkungan bisnis yang dinamis. Salah satunya yaitu dengan memanfaatkan teknologi informasi sebagai alat penunjang untuk bersaing di pasaran.

Pengaruh Keunggulan Kompetitif Terhadap Kinerja Bisnis

Orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada pedagang pakaian di pasar kliwon kabupaten Kudus. Artinya semakin tinggi keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh suatu bisnis maka semakin tinggi pula kinerja bisnisnya, sebaliknya ketika ketika suatu bisnis tersebut tidak memiliki keunggulan kompetitif

maka sulit untuk memperoleh kinerja bisnis yang baik. Murni & Haryadi (2019) menyatakan adanya pengaruh langsung dan positif antara keunggulan kompetitif dan kinerja bisnis. Penelitian Fahmi & Mudiantono (2019) yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Selain itu penelitian dari Utami & Wilopo (2018) menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. Orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.
2. Inovasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.
3. Penggunaan teknologi informasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.
4. Orientasi kewirausahaan berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja bisnis.
5. Inovasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.
6. Penggunaan teknologi informasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.
7. Keunggulan kompetitif berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Sebaiknya para pedagang pakaian di Pasar Kliwon Kabupaten Kudus meningkatkan orientasi kewirausahaan dengan mencari peluang-peluang baru, berani mengambil resiko, mencari strategi baru untuk bisa meraih kinerja bisnis yang lebih baik dalam bertahan dan menghadapi persaingan bisnis di tengah pandemi Covid-19.
2. Penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya untuk mengganti atau menambah variabel eksogen yang disesuaikan pada kondisi saat itu sehingga penelitian ini dapat lebih berkembang.

3. Pada model full SEM, terjadi banyak pengurangan indikator disetiap variabel pada penelitian ini. Oleh sebab itu, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memperdalam indikator yang dikurangi tersebut untuk diteliti lebih lanjut pada penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L.A. dkk. 2020. *Aplikasi Teknologi informasi: Konsep dan Penerapan*. Yayasan Kita Menulis, Medan.
- Anis, B. J., Christiananta, B., and Ellitan, L., 2018. The Effect of Entrepreneurship Orientation, Information Technology, Strategic Planning to Competitive Advantages with Business Performance As Intervening Variables: Empirical Study Food Processing SMEs In North Sulawesi, *International Journal of Advanced Research (IJAR)*, Vol. 6, No : 236-242.
- Aprizal. 2018. *Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing: Studi Kasus Penjualan Komputer*. Celebes Media Perkasa, Makassar.
- Darmanto dan Kuntono. 2016. *Pembesaran Ikan Lele dan Sapta Usaha: Penjualan dengan Bauran Orientasi Strategi untuk Usaha Mikro Kecil Menengah*. Penerbit Deepublish, Yogyakarta.
- Darmanto, Sri Wardaya dan Titik Dwiyani. 2015. *Bauran Orientasi Strategi dan Kinerja Organisasi Penerapan Variabel Antesenden, Moderasi dan Mediasi dalam Penelitian Ilmiah*. Penerbit Deepublish, Yogyakarta.
- Fahmi, A.K.A.F., dan Mudiantono, M., 2019. Analisis Pengaruh Jaringan, Teknologi Informasi dan Komunikasi, serta Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha (Studi Pada UMKM Di Purwokerto), *Diponegoro Journal of Management*, Vol.8, No. 4:74-84.
- Feranita, N. V., & Setiawan, H. A. (2019). Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Dampak Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM. *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, Vol.18, No. 1:54-70.
- Indriani, E. dkk. 2020. *Model Strategi Penguatan Daya Saing Industri Kreatif Pariwisata Bernilai Kearifan Lokal*. Pendidikan Deepublish, Surakarta.
- Jayaningrum, E., dan Sanawiri, B., 2018. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran: Studi pada Kuliner Cafe kota Malang, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 54, No. 1:149-158.
- Kresdiana, H. 2013. *Transfer Pengetahuan, Kemampuan Berinovasi dan Kinerja Organisasi (Suatu Kajian Empiris)*. Universitas Brawijaya Press, Malang.
- Kuncoro, M. 2020. *Strategi Meraih Keunggulan Kompetitif di Era Industri 4.0*. Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Laily, N., 2018. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Bisnis melalui Mediasi Orientasi Pasar, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol.7, No.3: 1-23.
- Lestari, E.R. 2019. *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Universitas Brawijaya Press, Malang.
- Lestari, I., Astuti, M., dan Ridwan, H., 2019. Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Fakultas Ekonomi UNIAT*, Vol.4, No.1: 111-118.

- Putri, H., Sari, R. N., dan Ratnawati, V., 2019. Pengaruh Entrepreneurial Orientation dan Market Orientation terhadap Kinerja UKM Industri Pengolahan Kelapa Sawit Di Provinsi Riau melalui Inovasi Sebagai Variabel Mediasi, *Jurnal Akuntansi (Media Riset Akuntansi & Keuangan)*, Vol.7, No. 2:161-171.
- Ratih, P.A.R. 2021. *Kumpulan Paper Konseptual Strategi Bisnis dan Kinerja Perusahaan pada Masa Pandemi Covid-19*. Media SAINS Indonesia, Bandung.
- Sidiq, A., dan Astutik, E.P., 2017. Analisis Kapabilitas Teknologi Informasi terhadap Kinerja Bisnis UKM dengan Orientasi Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada UKM Sektor Manufaktur di Wilayah Solo Raya). *Media Ekonomi dan Manajemen*, Vol.32, No. 1:9-27.
- Udriyah, U., Tham, J., and Azam, S., 2019. The Effects of Market Orientation and Innovation on Competitive Advantage and Business Performance of Textile Smes, *Management Science Letters*, Vol.9, No: 1419-1428.
- Utami, A. K., and Wilopo, S., 2018. Effect of Entrepreneurial Orientation toward Competitive Advantage and Business Performance. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, Vol.79, No: 140-149.
- Antara News. 2020. *Pedagang Pasar Kliwon Kudus Mengeluhkan Sepi Pembeli*. Diakses pada 27 Maret 2020 dari <https://www.antarane.ws.com/berita/1385358/pedagang-pasar-kliwon-kudus-mengeluhkan-sepi-pembeli>.
- Detik News. 2021. *Curahan Hati Pedagang Pasar Kliwon Kudus Omzetnya Anjlok 90%*. Diakses pada 14 Juli 2021 dari <https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-5643196/curahan-hati-pedagang-pasar-kliwon-kudus-omzetnya-anjlok-90>.
- Pemerintah Kabupaten Kudus. 2017. *Pasar Di Kabupaten Kudus*. Diakses pada 1 Juli 2020 dari http://www.kuduskab.go.id/p/117/pasar_di_kabupaten_kudus.
- Santoso, S. 2018. *Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan Amos 24*. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.