

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1. Sejarah Jenang di Kabupaten Kudus

Kabupaten Kudus merupakan salah satu Kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Tengah. Secara geografis, Kudus berbatasan langsung dengan Kabupaten Pati disebelah timur, Kabupaten Jepara disebelah barat, sedangkan disebelah selatan berbatasan langsung dengan Kabupaten Demak dan Grobogan. Kudus merupakan Kabupaten yang mempunyai banyak potensi daerah, salah satunya adalah makanan ringan khas yang sering disebut sebagai “jenang”. Jenang merupakan oleh-oleh khas Kudus yang terbuat dari adonan tepung ketan, santan, dan gula jawa. Banyaknya produsen jenang di kota Kudus hingga menjadi industri rumah tangga (*home industry*) yang bisa dikatakan mempunyai prospek usaha yang luar biasa. Adapun daerah yang menjadi sentra penghasil jenang yaitu terletak di salah satu desa yang berada disebelah utara dari pusat kota (sekitar 2km), yaitu desa Kaliputu.

Cerita yang berkembang terkait sejarah jenang Kudus tidak lepas dari kisah mbah Dempok Sopyonyono dengan cucunya. Suatu hari mbah Dempok sedang bermain burung di tepi sungai dengan cucunya. Tiba-tiba cucu mbah Dempok tercebur dan hanyut terbawa arus sungai. Meskipun berhasil diselamatkan oleh mbah Dempok, namun sibocah tersebut diganggu oleh “*Banaspati*” (sebangsa makhluk halus yang mendiami sungai yang memiliki rambut api). Ketika dikonsultasikan kepada kanjeng Sunan Kudus, dikatakan bahwa anak tersebut sudah meninggal dunia. Namun Syekh Jangkung atau lebih dikenal dengan nama Saridin mengatakan bahwa anak tersebut masih hidup. Anak tersebut hanyalah mati suri. Akhirnya Saridin meminta kepada ibu-ibu

untuk membuatkan bubur dari gamping untuk membangunkan anak tersebut.

Singkat cerita, akhirnya daerah yang menjadi tempat hanyutnya cucu mbah Dempok tersebut disabda oleh Kanjeng Sunan Kudus menjadi nama sebuah desa yang sekarang dikenal dengan nama Kaliputu. *Kali* dalam bahasa Jawa bermakna sungai dan *putu* artinya adalah cucu. Kaliputu adalah sungai dimana cucu mbah Dempok hanyut hingga mengalami mati suri. Karena cucu tersebut memakan bubur (jenang) yang terbuat dari gamping, maka daerah Kaliputu disabda oleh Sunan Kudus "*Suk nek ono rejaning jaman wong kaliputu uripe seko jenang*" artinya kurang lebih jika suatu saat kelak sumber kehidupan kaliputu berasal dari pembuatan jenang. Mitos tersebut juga menginspirasi masyarakat kota Kudus untuk mengembangkan industri jenang dan dapat dijadikan pekerjaan yang dapat menafkahi keluarga serta memberdayakan masyarakat sekitar rumah mereka.<sup>1</sup>

Tidak hanya di desa Kaliputu saja, saat ini usaha produksi jenang sudah menyebar di desa-desa lainnya di Kabupaten Kudus. Pada tahun 2014 tercatat ada 102 UMKM yang bergerak di sektor produksi jenang.<sup>2</sup> Dengan banyaknya UMKM jenang di Kabupaten Kudus, angka pengangguran semakin berkurang. Hal ini disebabkan karena setiap pemilik usaha jenang mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 5 sampai 50 lebih karyawan, tergantung besar kecilnya suatu usaha. Masyarakat yang umumnya lulusan SD, SMP atau SMA, cenderung memilih bekerja di jenang dikarenakan penghasilan yang dapat mencukupi kebutuhan hidup, juga karena adanya pengaruh lingkungan masyarakat yang sudah menjadi ciri khas daerah tersebut. Hubungan yang terjadi dalam hal ini juga bersituasi kekeluargaan. Antara pengusaha dengan para pekerja biasanya masih ada hubungan saudara atau kerabat. Hal ini

---

<sup>1</sup> Hasil wawancara dengan Fatkah Sudarmaji, Sebagai Kaur Kesra di Desa Kaliputu Kudus, Tanggal 24 Januari 2017

<sup>2</sup> Daftar Direktori Industri Kecil dan Menengah Tahun 2014

terjadi dikarenakan kegiatan di kerjakan di lingkungan sekitar rumah masing-masing.

Setiap pengusaha jenang di Kabupaten Kudus mempunyai ciri khas tersendiri, ada yang memproduksi jenang dengan tampilan jenang yang lembek, lengket, akan tetapi juga ada yang memproduksi jenang dengan tampilan yang sedikit keras. Hal tersebut tergantung permintaan konsumennya. Setiap produk jenang ada berbagai macam varian rasa, seperti: wijen, vanilla, nangka, durian, pandan, jahe, nanas, melon, dan lain sebagainya.

Kebanyakan UMKM jenang yang berskala kecil memasarkan produk jenangnya ke dalam kota saja atau hanya memproduksi jika ada pesanan saja. Sedangkan UMKM jenang yang berskala menengah sudah mampu memasarkan jenangnya sampai ke seluruh Indonesia.

## **2. Proses Pembuatan Jenang Kudus**

Bahan-bahan:

- a. Tepung ketan
- b. Gula merah
- c. Gula kelapa
- d. Wijen
- e. Gula pasir
- f. Santan

Cara pembuatan:

- a. campur tepung ketan aduk dengan santan hingga rata
- b. Masukkan gula merah, gula pasir, gula kelapa, dan wijen yang sudah dicairkan
- c. Masak adonan hingga kental dan pindah ke loyang tampan
- d. Diamkan beberapa jam hingga jenang lebih mengeras, setelah itu potong sesuai selera dan dibungkus pada plastik putih.

## B. Deskripsi Responden

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dan penelitian secara langsung dengan melaksanakan observasi untuk memperoleh data-data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Perolehan data-data dan informasi dilakukan dengan penyebaran angket kepada responden secara langsung. Namun demikian, sebelum peneliti menyebarkan angket secara langsung kepada responden, terlebih dahulu melakukan pra riset kepada lembaga yang terkait guna memperoleh informasi yang berkaitan dengan penelitian ini dan untuk mendapatkan ijin dari lembaga yang peneliti teliti. Pengumpulan data secara langsung dengan menemui responden bertujuan agar lebih efektif untuk meningkatkan respon data responden dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 81 responden untuk pengambilan data dan informasi. Peneliti membagi karakteristik responden menjadi 5 jenis, yaitu:

### 1. Jenis Kelamin Responden

**Tabel 4.1**

**Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>NO</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase (%)</b>
1	Laki-laki	55	68%
2	Perempuan	26	32%
<b>Jumlah</b>		<b>81</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2017*

Berdasarkan keterangan tabel 4.1 di atas, dapat diketahui bahwa dari 81 responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 55 orang (68%) dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 26 orang (32%).

## 2. Usia Responden

**Tabel 4.2**  
**Deskripsi Responden Berdasarkan Usia**

NO	Umur	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	20 th s/d 29 th	12	15%
2	30 th s/d 39 th	26	32%
3	40 th s/d 49 th	34	42%
4	➤ 50 th	9	11%
<b>Jumlah</b>		<b>81</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2017*

Berdasarkan keterangan tabel 4.2 diatas diketahui bahwa usia responden pada usaha produksi jenang di Kabupaten Kudus yang dijadikan sampel dalam penelitian adalah dari usia 20 th s/d 29 th sebanyak 12 orang (15%), usia 30 th s/d 39 th sebanyak 26 orang (32%), usia 40 th s/d 49 th sebanyak 34 orang (42%), dan yang usianya diatas 50 th adalah 9 orang (11%). Hal ini yang menunjukkan bahwa sebagian besar usia responden pada usaha produksi jenang di Kabupaten Kudus adalah antara 40 tahun s/d 49 tahun.

## 3. Pendidikan Responden

**Tabel 4.3**  
**Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan**

NO	Pendidikan	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	SD	8	10%
2	SLTP	29	36%
3	SLTA	34	42%
4	Diploma/S1/S2/S3	10	12%
<b>Jumlah</b>		<b>81</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2017*

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 di atas, menunjukkan bahwa pendidikan responden pada usaha produksi jenang di Kabupaten Kudus sebagian besar mempunyai latar belakang pendidikan SD sebesar 8 orang (10%), yang mempunyai latar belakang SLTP sebesar 29 orang (36%), yang mempunyai latar belakang SLTA sebesar 34 orang (42%), yang memiliki latar belakang Diploma/S1/S2/S3 sebesar 10 orang (12%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pendidikan responden pada usaha produksi jenang di Kabupaten Kudus adalah berpendidikan SLTA.

#### 4. Tahun Pendirian Usaha

**Tabel 4.4**

**Deskripsi Responden Berdasarkan Tahun Pendirian Usaha**

<b>Tahun Pendirian Usaha</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Prosentase %</b>
Tahun 1980 – 1989	5	6%
Tahun 1990 – 1999	28	35%
Tahun 2000 – 2009	36	44%
Diatas tahun 2010	12	15%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2017*

Berdasarkan tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa tahun pendirian usaha responden pada usaha produksi jenang di Kabupaten Kudus yang menjadi responden di rentan tahun 1980 s/d 1989 sebanyak 5 orang (6%), tahun 1990 s/d 1999 sebanyak 28 orang (35%), tahun 2000 s/d 2009 sebanyak 36 orang (44%), dan diatas tahun 2010 sebanyak 12 orang (15%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar tahun pendirian usaha responden pada usaha produksi jenang di Kabupaten Kudus adalah berkisar di rentan tahun 2000 s/d 2009.

## 5. Alamat Usaha

**Tabel 4.5**

**Deskripsi Responden Berdasarkan Alamat Usaha**

Alamat Usaha	Jumlah	Prosentase %
Kecamatan Kota	57	70%
Kecamatan Mejobo	15	19%
Kecamatan Dawe	6	7%
Kecamatan Gebog	3	4%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer yang diolah, 2017*

Berdasarkan tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa alamat usaha responden pada usaha produksi jenang di Kabupaten Kudus yang menjadi responden adalah terletak di Kecamatan Kota sebanyak 57 responden (70%), di Kecamatan Mejobo sebanyak 15 responden (19%), di Kecamatan Dawe sebanyak 6 responden (7%), di Kecamatan Gebog sebanyak 3 responden (4%), Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar alamat usaha responden pada usaha produksi jenang di Kabupaten Kudus adalah Kecamatan Kota.

### C. Deskripsi Data Penelitian

**Tabel 4.6**

**Hasil Jawaban Responden**

	Item	Total STS	%	Total TS	%	Total RR	%	Total S	%	Total SS	%
Orientasi Kewirausahaan (X1)	OK1	5		10		8		35		23	29%
	OK 2	4	5%	15	19%	9	11%	40	49%	13	16%
	OK 3	3	4%	13	16%	13	16%	37	46%	15	19%
	OK 4	6	7%	11	14%	12	15%	36	44%	16	20%
	OK 5	3	4%	9	11%	14	17%	44	54%	11	14%
	OK 6	2	2%	14	17%	14	17%	45	56%	6	7%

	OK 7	2	2%	6	7%	5	6%	42	52%	26	32%
	OK 8	4	5%	11	14%	11	14%	36	44%	19	23%
	OK 9	10	12%	8	10%	8	10%	41	51%	14	17%
	OK 10	8	10%	9	11%	9	11%	29	36%	26	32%
	OK 11	4	5%	12	15%	14	17%	36	44%	15	19%
Orientasi Pasar (X2)	OP1	5	6%	8	10%	7	9%	57	70%	4	5%
	OP2	3	4%	7	9%	11	14%	53	65%	7	9%
	OP3	3	4%	7	9%	24	30%	34	42%	8	16%
	OP4	2	2%	5	6%	8	10%	53	65%	13	16%
	OP5	4	5%	4	5%	12	15%	47	58%	14	17%
	OP6	2	2%	9	11%	7	9%	42	52%	21	26%
	OP7	2	2%	1	1%	11	14%	43	53%	24	30%
	OP8	4	5%	6	7%	6	7%	51	63%	14	17%
	OP9	2	2%	2	2%	12	15%	48	59%	11	21%
	OP10	-	-	7	9%	8	10%	48	59%	14	22%
	OP11	4	5%	3	4%	9	11%	42	52%	23	28%
	OP12	-	-	8	10%	7	9%	57	70%	4	11%
	OP13	3	4%	7	9%	11	14%	53	65%	7	9%
Kinerja Perusahaan (Y)	Y1	-	-	14	17%	13	16%	38	47%	16	20%
	Y2	2	2%	11	14%	13	16%	35	43%	15	25%
	Y3	3	4%	8	10%	15	19%	43	53%	12	15%
	Y4	2	2%	14	17%	13	16%	45	56%	7	9%
	Y5	2	2%	6	7%	3	4%	44	54%	26	32%
	Y6	1	1%	9	11%	11	14%	40	49%	20	25%
	Y7	2	2%	7	9%	8	10%	43	53%	15	26%
	Y8	-	-	10	12%	10	12%	28	35%	26	41%
	Y9	-	-	11	14%	14	17%	39	48%	14	21%

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

### 1. Orientasi Kewirausahaan (X<sub>1</sub>)

Dari tabel 4.6 di atas menunjukkan untuk variabel orientasi kewirausahaan. Item 1, sebanyak 6% responden menyatakan sangat tidak setuju, 12% responden menyatakan tidak setuju, 10% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 43% responden menyatakan setuju, dan 29% responden menyatakan sangat setuju.

Item 2, sebanyak 5% responden menyatakan sangat tidak setuju, 19% responden menyatakan tidak setuju, 11% responden memberikan

jawaban ragu-ragu, 49% responden menyatakan setuju, dan 16% responden menyatakan sangat setuju.

Item 3, sebanyak 4% responden menyatakan sangat tidak setuju, 16% responden menyatakan tidak setuju, 16% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 46% responden menyatakan setuju, dan 19% responden menyatakan sangat setuju.

Item 4, sebanyak 7% responden menyatakan sangat tidak setuju, 14% responden menyatakan tidak setuju, 15% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 44% responden menyatakan setuju, dan 20% responden menyatakan sangat setuju.

Item 5, sebanyak 4% responden menyatakan sangat tidak setuju, 11% responden menyatakan tidak setuju, 17% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 54% responden menyatakan setuju, dan 14% responden menyatakan sangat setuju.

Item 6, sebanyak 2% responden menyatakan sangat tidak setuju, 17% responden menyatakan tidak setuju, 17% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 56% responden menyatakan setuju, dan 7% responden menyatakan sangat setuju.

Item 7, sebanyak 2% responden menyatakan sangat tidak setuju, 7% responden menyatakan tidak setuju, 6% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 52% responden menyatakan setuju, dan 32% responden menyatakan sangat setuju.

Item 8, sebanyak 5% responden menyatakan sangat tidak setuju, 14% responden menyatakan tidak setuju, 14% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 44% responden menyatakan setuju, dan 23% responden menyatakan sangat setuju.

Item 9, sebanyak 12% responden menyatakan sangat tidak setuju, 10% responden menyatakan tidak setuju, 10% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 51% responden menyatakan setuju, dan 17% responden menyatakan sangat setuju.

Item 10, sebanyak 10% responden menyatakan sangat tidak setuju, 11% responden menyatakan tidak setuju, 11% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 36% responden menyatakan setuju, dan 32% responden menyatakan sangat setuju.

Item 11, sebanyak 5% responden menyatakan sangat tidak setuju, 15% responden menyatakan tidak setuju, 17% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 44% responden menyatakan setuju, dan 19% responden menyatakan sangat setuju.

## 2. Orientasi Pasar (X<sub>2</sub>)

Dari tabel 4.6 di atas menunjukkan untuk variabel orientasi pasar. Item 1, sebanyak 6% responden menyatakan sangat tidak setuju, 10% responden menyatakan tidak setuju, 9% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 70% responden menyatakan setuju, dan 5% responden menyatakan sangat setuju.

Item 2, sebanyak 4% responden menyatakan sangat tidak setuju, 9% responden menyatakan tidak setuju, 14% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 65% responden menyatakan setuju, dan 9% responden menyatakan sangat setuju.

Item 3, sebanyak 4% responden menyatakan sangat tidak setuju, 9% responden menyatakan tidak setuju, 30% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 42% responden menyatakan setuju, dan 16% responden menyatakan sangat setuju.

Item 4, sebanyak 2% responden menyatakan sangat tidak setuju, 6% responden menyatakan tidak setuju, 10% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 65% responden menyatakan setuju, dan 16% responden menyatakan sangat setuju.

Item 5, sebanyak 5% responden menyatakan sangat tidak setuju, 5% responden menyatakan tidak setuju, 15% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 58% responden menyatakan setuju, dan 17% responden menyatakan sangat setuju.

Item 6, sebanyak 2% responden menyatakan sangat tidak setuju, 11% responden menyatakan tidak setuju, 9% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 52% responden menyatakan setuju, dan 26% responden menyatakan sangat setuju.

Item 7, sebanyak 2% responden menyatakan sangat tidak setuju, 10% responden menyatakan tidak setuju, 8% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 72% responden menyatakan setuju, dan 8% responden menyatakan sangat setuju.

Item 8, sebanyak 8% responden menyatakan sangat tidak setuju, 6% responden menyatakan tidak setuju, 26% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 50% responden menyatakan setuju, dan 10% responden menyatakan sangat setuju.

Item 9, sebanyak 4% responden menyatakan sangat tidak setuju, 4% responden menyatakan tidak setuju, 8% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 68% responden menyatakan setuju, dan 16% responden menyatakan sangat setuju.

Item 10, sebanyak 0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 9% responden menyatakan tidak setuju, 10% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 59% responden menyatakan setuju, dan 22% responden menyatakan sangat setuju.

Item 11, sebanyak 4% responden menyatakan sangat tidak setuju, 10% responden menyatakan tidak setuju, 8% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 52% responden menyatakan setuju, dan 26% responden menyatakan sangat setuju.

Item 12, sebanyak 0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 10% responden menyatakan tidak setuju, 9% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 70% responden menyatakan setuju, dan 11% responden menyatakan sangat setuju.

Item 13, sebanyak 4% responden menyatakan sangat tidak setuju, 9% responden menyatakan tidak setuju, 14% responden

memberikan jawaban ragu-ragu, 65% responden menyatakan setuju, dan 9% responden menyatakan sangat setuju.

### 3. Kinerja Perusahaan (Y)

Dari tabel 4.6 di atas menunjukkan untuk variabel kinerja Perusahaan. Item 1, sebanyak 0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 17% responden menyatakan tidak setuju, 16% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 47% responden menyatakan setuju, dan 20% responden menyatakan sangat setuju.

Item 2, sebanyak 2% responden menyatakan sangat tidak setuju, 14% responden menyatakan tidak setuju, 16% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 43% responden menyatakan setuju, dan 25% responden menyatakan sangat setuju.

Item 3, sebanyak 0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 6% responden menyatakan tidak setuju, 20% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 48% responden menyatakan setuju, dan 26% responden menyatakan sangat setuju.

Item 4, sebanyak 6% responden menyatakan sangat tidak setuju, 4% responden menyatakan tidak setuju, 26% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 46% responden menyatakan setuju, dan 18% responden menyatakan sangat setuju.

Item 5, sebanyak 2% responden menyatakan sangat tidak setuju, 7% responden menyatakan tidak setuju, 4% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 54% responden menyatakan setuju, dan 32% responden menyatakan sangat setuju.

Item 6, sebanyak 1% responden menyatakan sangat tidak setuju, 11% responden menyatakan tidak setuju, 14% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 49% responden menyatakan setuju, dan 25% responden menyatakan sangat setuju.

Item 7, sebanyak 2% responden menyatakan sangat tidak setuju, 9% responden menyatakan tidak setuju, 10% responden memberikan

jawaban ragu-ragu, 53% responden menyatakan setuju, dan 26% responden menyatakan sangat setuju.

Item 8, sebanyak 0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 12% responden menyatakan tidak setuju, 12% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 35% responden menyatakan setuju, dan 41% responden menyatakan sangat setuju.

Item 9, sebanyak 0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 14% responden menyatakan tidak setuju, 17% responden memberikan jawaban ragu-ragu, 48% responden menyatakan setuju, dan 21% responden menyatakan sangat setuju.

#### **D. Validitas dan Reliabilitas**

##### **1. Uji Validitas**

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis SPSS 17.0. Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan kepada 30 non responden. Untuk mengetahui valid atau tidaknya item yang digunakan dalam kuesioner yaitu dengan cara uji signifikansi yang membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k$ . Dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah konstruk.<sup>3</sup> Yang mana  $n = 30$  dan  $k = 2$ , maka diperoleh  $df = 28$  dilihat dari tabel *r degree of freedom* 28 dengan  $\alpha$  0.05 adalah 0,361. Jadi, jika  $r$  hitung untuk  $r$  tiap butir yang berada pada kolom *correlation* ( $r$  hitung) lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai  $r$  positif, maka butir atau pernyataan tersebut dikatakan valid. Hasil analisis validitas dapat dilihat dari tabel berikut ini:

---

<sup>3</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Undip, Semarang, 2001, hal. 45

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen Non Responden**

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan (X1)	OK1	0,546	0,361	Valid
	OK2	0,751		Valid
	OK3	0,397		Valid
	OK4	0,760		Valid
	OK5	0,476		Valid
	OK6	0,797		Valid
	OK7	0,777		Valid
	OK8	0,811		Valid
	OK9	0,970		Valid
	OK10	0,942		Valid
	OK11	0,698		Valid
Orientasi Pasar (X2)	OP1	0,794	0,361	Valid
	OP2	0,543		Valid
	OP3	0,746		Valid
	OP4	0,733		Valid
	OP5	0,896		Valid
	OP6	0,300		Tidak valid
	OP7	0,462		Valid
	OP8	0,551		Valid
	OP9	0,471		Valid
	OP10	0,511		Valid
	OP11	0,295		Tidak valid
	OP12	0,555		Valid
	OP13	0,519		Valid
	OP14	0,685		Valid
	OP15	0,622		Valid
Kinerja Perusahaan (Y)	Y1	0,688	0,361	Valid
	Y2	0,643		Valid
	Y3	0,842		Valid
	Y4	0,548		Valid
	Y5	0,825		Valid
	Y6	0,830		Valid
	Y7	0,840		Valid
	Y8	0,957		Valid
	Y9	0,955		Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Dapat dilihat dari tabel 4.7 di atas terdapat beberapa item yang tidak valid, hal tersebut dapat mengurangi tingkat akurasi dalam

penelitian. Oleh sebab itu item-item yang tidak valid dihilangkan dari daftar pertanyaan didalam angket, agar dapat digunakan pada penelitian yang sebenarnya.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen Responden**

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan (X1)	OK1	0,605	0,218	Valid
	OK2	0,624		Valid
	OK3	0,669		Valid
	OK4	0,741		Valid
	OK5	0,696		Valid
	OK6	0,420		Valid
	OK7	0,569		Valid
	OK8	0,517		Valid
	OK9	0,476		Valid
	OK10	0,603		Valid
	OK11	0,605		Valid
Orientasi Pasar (X2)	OP1	0,300	0,218	Valid
	OP2	0,440		Valid
	OP3	0,312		Valid
	OP4	0,397		Valid
	OP5	0,517		Valid
	OP6	0,484		Valid
	OP7	0,604		Valid
	OP8	0,527		Valid
	OP9	0,797		Valid
	OP10	0,692		Valid
	OP11	0,618		Valid
	OP12	0,613		Valid
	OP13	0,719		Valid
Kinerja Perusahaan (Y)	Y1	0,610	0,218	Valid
	Y2	0,588		Valid
	Y3	0,455		Valid
	Y4	0,630		Valid
	Y5	0,402		Valid
	Y6	0,478		Valid
	Y7	0,377		Valid
	Y8	0,595		Valid
	Y9	0,595		Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa besarnya *degree of freedom* (df) dapat dihitung dari  $81 - 2$  atau  $df = 79$  dengan  $\alpha 0.05$  dilihat dari tabel *r degree of freedom 79* adalah 0,218. Jadi, jika  $r$  hitung untuk  $r$  tiap butir yang berada pada kolom *correlation* ( $r$  hitung) lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai  $r$  positif, maka butir atau pernyataan tersebut dikatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau hasil stabil dari waktu ke waktu. Sebuah variabel dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6.<sup>4</sup>

Untuk menguji reliabilitas instrumen non responden, penulis menggunakan analisis SPSS 17.0. Berikut ini hasil pengujian reliabilitas berdasarkan *pilot test* (non responden) sebesar 30 orang.

**Tabel 4.9**

### Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Non Responden

Variabel	Reliability Coefitiens	<i>Alpha</i>	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan (X1)	11 item	0,912	<i>Reliabel</i>
Orientasi Pasar (X2)	15 item	0,870	<i>Reliabel</i>
Kinerja Perusahaan (Y)	9 item	0,881	<i>Reliabel</i>

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,6$ . Dengan demikian, semua variabel (X1, X2 dan Y) dapat dikatakan reliabel.

Untuk menguji reabilitas instrument responden asli, penulis menggunakan analisis SPSS 17.0. Berikut ini hasil pengujian

<sup>4</sup> *Ibid.*, hal. 41

reliabilitas responden asli berdasarkan *pilot test* (responden) sebesar 81 orang.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Responden**

Variabel	Reliability Coefitiens	<i>Alpha</i>	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan (X1)	11 item	0,814	<i>Reliabel</i>
Orientasi Pasar (X2)	13 item	0,818	<i>Reliabel</i>
Kinerja Perusahaan (Y)	9 item	0,768	<i>Reliabel</i>

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Dengan demikian, semua variabel (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> dan Y) dapat dikatakan reliabel.

## E. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas terdapat hubungan atau saling berkorelasi. Cara yang digunakan untuk mengetahui gejala multikolinearitas adalah dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*), jika nilai VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.<sup>5</sup> Hasil perhitungan uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0,381	2,628
Orientasi Pasar (X2)	0,381	2,628

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Dari hasil uji multikolinearitas diketahui bahwa nilai *tolerance* dari masing-masing variabel bebas yaitu 0,381 dan nilai VIF

<sup>5</sup> Imam Ghozali, *Op.Cit.*, hal. 92

(*Variance Inflation Factor*) masing-masing variabel bebas yaitu 2,628. Karena nilai *tolerance* masing-masing variabel bebas lebih dari 10% atau 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10, maka hasil uji multikolinearitas dinyatakan tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

## 2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$ . Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan Durbin Watson.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Koefisien	Nilai
Durbin-Watson	2,304
dL	1,588
dU	1,689

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2017*

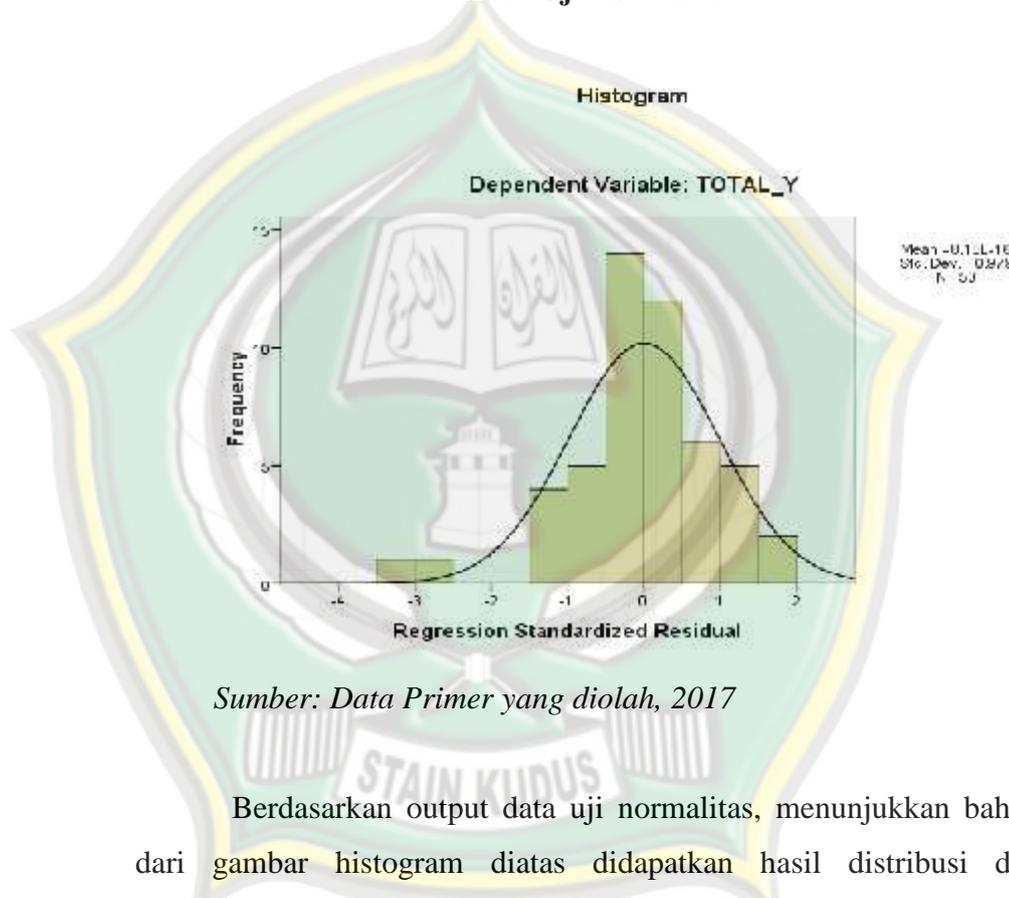
Dari hasil tabel 4.12 diatas, menunjukkan hasil pengujian autokorelasi dengan menggabungkan uji Durbin-Watson diperoleh angka  $d$ -hitung DW sebesar 2,304 untuk menguji gejala autokorelasi maka angka  $d$ -hitung DW sebesar 2,304 tersebut dibandingkan dengan nilai  $d$ -teoritis dalam tabel  $d$ -statistik. Durbin Watson dengan titik signifikansi  $\alpha = 5\%$ . Dari tabel  $d$ -statistik Durbin Watson diperoleh nilai dL sebesar 1,588 dan nilai dU sebesar 1,689. Karena hasil pengujiannya adalah  $dU < D-W < 4-dU$  ( $1,689 < 2,304 < 2,311$ ) maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak terdapat autokorelasi.

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.<sup>6</sup>

**Gambar 4.1**

**Hasil Uji Normalitas**

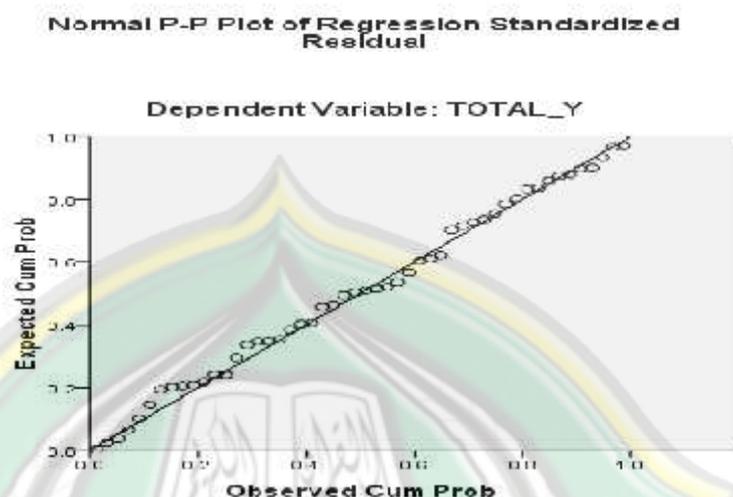


*Sumber: Data Primer yang diolah, 2017*

Berdasarkan output data uji normalitas, menunjukkan bahwa dari gambar histogram diatas didapatkan hasil distribusi data berbentuk lonceng (*bell shaped*), yakni distribusi data tersebut tidak mempunyai juling ke kiri atau ke kanan dan keruncingan ke kiri atau ke kanan. Maka dapat disimpulkan bahwa data residual bersifat normal karena memenuhi syarat normalitas.

<sup>6</sup> Masrukin, *Op.Cit.*, hal. 187-188

**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Normalitas**



*Sumber: Data Primer yang diolah, 2017*

Berdasarkan output data uji normalitas pada diagram P-P Plot diatas, menunjukkan bahwa semua data berdistribusi secara normal, sebaran data berada disekitar garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa data residual bersifat normal karena memenuhi syarat normalitas.

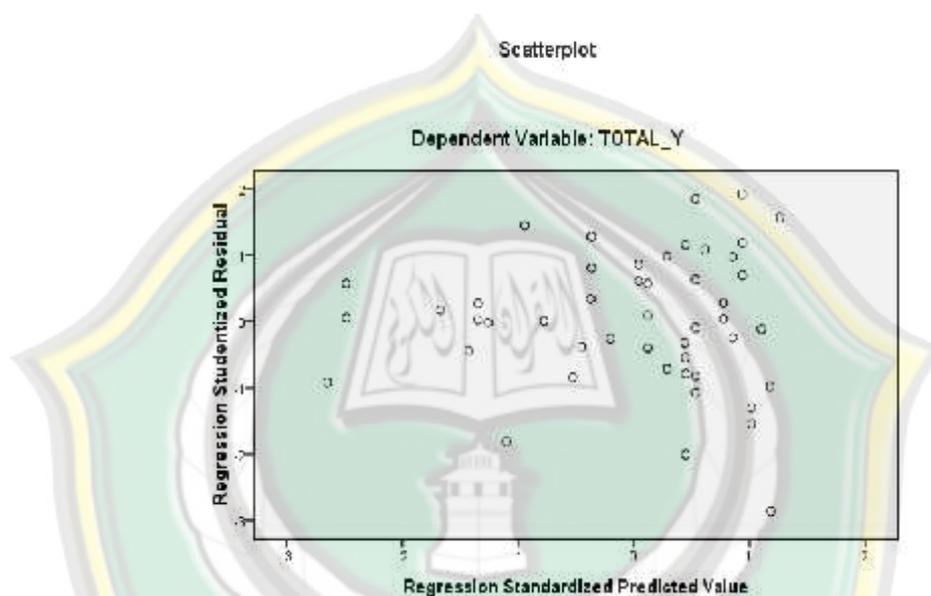
#### **4. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot. Asumsinya adalah :

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>7</sup>

**Gambar 4.3**  
**Uji Heteroskedastisitas**



*Sumber: Data Primer yang diolah, 2017*

Berdasarkan grafik *Scatterplot* diatas menunjukkan bahwa ada pola yang tidak jelas, serta ada titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi kinerja perusahaan berdasarkan pengaruh orientasi kewirausahaan dan pasar.

<sup>7</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*: cetakan IV, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006, hal. 125-126

## F. Hasil Analisis Data

### 1. Uji Regresi Berganda

**Tabel 4.13**  
**Hasil Regresi Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	8.493	3.798		2.236	.030		
TOTAL_OK	.257	.130	.334	1.979	.054	.381	2.628
TOTAL_OP	.267	.110	.408	2.421	.019	.381	2.628

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Analisis regresi ganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).<sup>8</sup> Dalam penelitian ini model persamaan regresi linear ganda yang disusun untuk mengetahui pengaruh antara variabel orientasi kewirausahaan dan pasar terhadap kinerja perusahaan.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk variabel bebas  $X_1 = 0,257$ ,  $X_2 = 0,267$  dan konstanta sebesar 8,493 sehingga model regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 8,493 + 0,257X_1 + 0,267 X_2 + e$$

Dimana :

Y : Kinerja Perusahaan

a : Konstanta

$X_1$  : Orientasi kewirausahaan

<sup>8</sup> M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*, Bumi Aksara, Jakarta, hal. 269

$X_2$  : Orientasi pasar

$b_1$  : Koefisien regresi variabel orientasi kewirausahaan

$b_2$  : Koefisien regresi variabel orientasi pasar

$e$  : Pengganggu (eror).

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta dari hasil penelitian menunjukkan nilai yang positif sebesar 8,493 artinya tanpa ada pengaruh dari kedua variabel independen faktor lain, jika variabel orientasi kewirausahaan dan pasar nilainya adalah 0, maka kinerja perusahaan nilainya adalah 8,493.
- b. Koefisien regresi variabel orientasi kewirausahaan ( $X_1$ ) sebesar 0,257. menunjukkan besarnya pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan searah (positif) artinya jika orientasi kewirausahaan meningkat 1% maka kinerja perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,257. Apabila terjadi penurunan sebesar 1% maka, variabel orientasi kewirausahaan akan menurunkan kinerja perusahaan sebesar 0,257.
- c. Koefisien regresi variabel orientasi pasar ( $X_2$ ) sebesar 0,267 menunjukkan besarnya pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan searah (positif) artinya jika orientasi pasar meningkat 1% maka kinerja perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,267. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara orientasi pasar dengan kinerja perusahaan.

## 2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Pengujian parsial (Uji t) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Uji parsial ini yang terdapat dalam hasil perhitungan *Ordinary Least Square* (OLS) ditunjukkan dengan t hitung. Secara lebih rinci t hitung dijelaskan dalam tabel sebagai berikut ini:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)**

Variabel	T <sub>hitung</sub>	T <sub>tabel</sub>	Sig.
Orientasi Kewirausahaan (X1)	1,979	1,665	0,054
Orientasi Pasar (X2)	2,421	1,665	0,019

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Kesimpulannya diambil dengan melihat kriteria pengujian dibawah ini:<sup>9</sup>

Ho diterima jika  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak jika  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$

**a. Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan**

Berdasarkan tabel 4.14 diatas hasil uji t yang menggunakan tingkat signifikansi sebesar  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan  $df = (n-k-1) = 81-2-1=78$ . Diperoleh  $t_{tabel} = 1,665$ . Hasil pengujian statistik orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan menunjukkan nilai  $t_{hitung} = 1,979$  dengan tingkat signifikansi  $0,054$ . Nilai signifikansi menunjukkan bahwa taraf signifikansi tersebut lebih besar dari  $0,05$ . Dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $1,979 > 1,665$ ) yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ . Artinya, orientasi kewirausahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan. Dengan demikian dapat berarti bahwa hipotesis  $H_1$ : Terdapat pengaruh antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan “diterima”.

**b. Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan**

Berdasarkan tabel 4.14 diatas hasil uji t yang menggunakan tingkat signifikansi sebesar  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan  $df = (n-k-1) = 81-2-1=78$ . Diperoleh  $t_{tabel} = 1,665$ . Hasil pengujian statistik

<sup>9</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, Media Kom, Yogyakarta, 2010, hal. 69

orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  2,421 dengan tingkat signifikansi 0,019. Nilai signifikansi menunjukkan bahwa taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,421 > 1,665$ ) yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ . Dengan demikian dapat berarti bahwa hipotesis  $H_2$ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan “diterima”.

### 3. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji signifikan parameter simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Hasil uji signifikan dan parameter simultan dilakukan dengan uji statistik F.

Kesimpulan diambil dengan melihat  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan:<sup>10</sup>

$F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$  ditolak (ada pengaruh)

$F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$  diterima (tidak ada pengaruh)

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)**

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	549.148	2	274.574	22.766	.000 <sup>a</sup>
	Residual	566.852	47	12.061		
	Total	1116.000	49			

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

<sup>10</sup> Imam Ghozali, *Op. Cit.*, hal. 44

Dari tabel 4.15 diatas dapat dilihat bahwa  $F_{hitung}$  mempunyai nilai hitung 22,766 dan nilai  $F_{tabel}$  dari 81 responden sebesar 3,114. Karena  $F_{hitung} >$  dari pada  $F_{tabel}$  ( $22,766 > 3,114$ ), maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan menandakan adanya pengaruh, sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kinerja perusahaan atau dapat dikatakan bahwa orientasi kewirausahaan dan pasar secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

#### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.<sup>11</sup>

**Tabel 4.16**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.701 <sup>a</sup>	.492	.470	3.47285

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.16 di atas terlihat bahwa korelasi yang terjadi antara variabel bebas terhadap variabel terikat diketahui nilai  $R = 0,701^a$ , hal ini mengindikasikan bahwa variabel bebas (orientasi

<sup>11</sup> *Ibid.*, hal. 87

kewirausahaan dan pasar) memiliki hubungan terhadap variabel terikat (kinerja perusahaan). Adapun hubungan yang terjadi adalah positif dan searah dengan tingkat hubungan yang kuat. Positif dikarenakan tidak bernilai negatif, karena positif maka dikatakan searah dengan interpretasi jika variabel (X) meningkat, maka variabel (Y) juga meningkat.

Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel orientasi kewirausahaan dan pasar terhadap kinerja perusahaan sebesar 49,2%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 49,2\% = 50,8\%$ ) dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

## 5. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat bahwa secara parsial (individu) variabel orientasi kewirausahaan ( $X_1$ ) berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel kinerja perusahaan dan variabel orientasi pasar ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

### a. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis ( $H_1$ ) telah membuktikan terdapat pengaruh yang positif dan tidak signifikan antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh  $t_{tabel} = 1,665$ . Hasil pengujian statistik orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan menunjukkan nilai  $t_{hitung} 1,979$  dengan tingkat signifikansi 0,054. Nilai signifikansi menunjukkan bahwa taraf signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $1,979 > 1,665$ ) yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ . Orientasi

kewirausahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan. Artinya, orientasi kewirausahaan tidak memperkuat atau memperlemah terhadap kinerja perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Setyawati, dkk, yang berjudul pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing dan persepsi ketidakpastian lingkungan sebagai prediksi variabel moderasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan terhadap kinerja adalah tidak signifikan.

#### **b. Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan**

Hasil pengujian hipotesis ( $H_2$ ) telah membuktikan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh hasil pengujian statistik diperoleh nilai  $t_{hitung}$  2,421 dengan tingkat signifikansi 0,019. Nilai signifikansi menunjukkan bahwa taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,421 > 1,665$ ) yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ . Artinya semakin perusahaan memahami kebutuhan pelanggan dan bertindak cepat terhadap pesaing maka kinerja perusahaan akan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Mega Usvita yang berjudul pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing sebagai variabel intervening. Berdasarkan hasil perhitungannya, variabel orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan dengan tingkat signifikan 0,001. Orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

### c. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan.

Dari hasil uji F yaitu untuk variabel bebas (orientasi kewirausahaan dan pasar) menunjukkan besarnya bahwa  $F_{hitung}$  mempunyai nilai hitung 22,766 dan nilai  $F_{tabel}$  dari 81 responden sebesar 3,114. Karena  $F_{hitung} >$  dari pada  $F_{tabel}$  ( $22,766 > 3,114$ ). Nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kinerja perusahaan atau dapat dikatakan bahwa orientasi kewirausahaan dan pasar secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil Heri Setiawan yang berjudul pengaruh orientasi pasar, budaya organisasi dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha. Berdasarkan hasil analisis secara simultan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel orientasi pasar, budaya organisasi dan orientasi kewirausahaan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kinerja usaha kecil.

## G. Implikasi Penelitian

### 1. Teoritis

Implikasi teoritis dari penelitian ini bermanfaat terhadap pengembangan ilmu manajemen, khususnya dalam bidang kewirausahaan, sumber daya manusia, dan pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kinerja perusahaan maka suatu organisasi atau suatu perusahaan harus memperhatikan bagaimana menjadi pengusaha yang baik dengan selalu mengedepankan kualitas produk untuk menciptakan loyalitas pelanggan serta memahami tentang pesaing-pesaing kita sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

## 2. Praktis

Implikasi praktik dari penelitian ini yaitu penelitian ini mengindikasikan bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan sedangkan orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Dapat disimpulkan bahwasannya kinerja perusahaan akan meningkat jika seorang pengusaha sangat memperhatikan akan orientasi pasarnya, dimana tentang pelanggan dan pesaingnya.

