

PERAN MEDIASI EXPORT MARKET ORIENTATION PADA PENGARUH INTERNATIONAL ENTREPRENEURIAL ORIENTATION TERHADAP EXPORT PERFORMANCE

Komang Agus Satria Pramudana¹ I Wayan Santika²

Abstract

Keywords:

Export; Market Orientation;
Entrepreneurial Orientation;
Performance;

This research is motivated by a decline in sales to SMEs in Bali due to the COVID-19 pandemic that has hit the whole world. The government is promoting exports to anticipate a weakening local market because of the COVID-19 pandemic. The purpose of this study was to analyze the mediating role of export market orientation on the effect of international entrepreneurial orientation on export performance in export SMEs in Bali. The data in this study will be obtained by distributing questionnaires to export SMEs in Bali. Testing the validity of the data used validity testing and reliability testing. Data analysis techniques using descriptive statistical analysis and inferential statistical analysis (SEM-PLS). The results of the study show that international entrepreneurial orientation has a positive and significant effect on export performance. Export market orientation has a positive and significant effect on export performance. Export market orientation positively and significantly mediates the effect of international entrepreneurial orientation on export performance. The mediating role of export market orientation is partial mediation in the influence of international entrepreneurial orientation on export performance in export SMEs in Bali.

Kata Kunci:

Ekspor; Orientasi Pasar;
Orientasi Kewirausahaan;
Kinerja;

Abstrak

Koresponding:

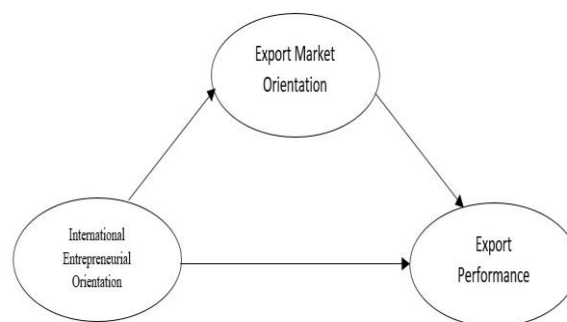
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Udayana
Bali, Indonesia
Email:
iwayansantika@unud.ac.id

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penurunan penjualan pada UKM di Bali karena pandemi COVID-19 yang melanda seluruh dunia. Pemerintah menggalakkan ekspor untuk mengantisipasi melemahnya pasar lokal sebagai dampak pandemi COVID-19. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis peran mediasi export market orientation pada pengaruh international entrepreneurial orientation terhadap export performance pada UKM ekspor di Bali. Data dalam penelitian ini akan diperoleh dengan penyebaran kuesioner pada UKM ekspor di Bali. Pengujian keabsahan data digunakan pengujian validitas dan pengujian reliabilitas. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa international entrepreneurial orientation berpengaruh positif dan signifikan terhadap export performance. Export market orientation berpengaruh positif dan signifikan terhadap export performance. Export market orientation secara positif dan signifikan memediasi pengaruh international entrepreneurial orientation terhadap export performance. Peran mediasi export market orientation adalah mediasi parsial pada pengaruh international entrepreneurial orientation terhadap export performance pada UKM ekspor di Bali.

PENDAHULUAN

Pada masa pandemi COVID-19 yang melanda seluruh dunia, kinerja Usaha Kecil Menengah yang merupakan penopang perekonomian nasional mengalami kontraksi tajam. Pelaku Usaha Kecil Menengah mengalami penurunan penjualan sebagai dampak pandemi COVID-19. Demikian juga dengan Usaha Kecil Menengah di Bali yang sangat bergantung pada industri pariwisata sangat terpukul dengan pandemi COVID-19 yang memukul sektor pariwisata. Pemerintah menggerakkan ekspor sebagai solusi dari melemahnya kinerja Usaha Kecil Menengah dari pasar lokal. Pemerintah Indonesia menggencarkan ekspor untuk membantu internasionalisasi UKM di Indonesia khususnya di Bali melalui program ekspor merdeka.

Pandemi COVID-19 yang melanda Indonesia sejak Tahun 2019 merupakan pukulan berat bagi Usaha Kecil Menengah di Indonesia. Bali merupakan daerah yang berdampak paling parah di Indonesia karena mengandalkan industri pariwisata untuk pertumbuhan ekonomi. Pemerintah berusaha menciptakan lingkungan kondusif bagi Usaha Kecil Menengah untuk menggalakkan ekspor melalui program ekspor merdeka untuk mengantisipasi melemahnya pasar lokal. Upaya membentuk lingkungan yang kondusif ini dilakukan agar kinerja ekspor pada Usaha Kecil Menengah semakin baik. Kinerja ekspor merupakan performance dari perusahaan dalam mencapai hasil penjualan secara ekspor ke manca negara. Kinerja ekspor dari berbagai literatur dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan. Monteiro (2019) menjelaskan bahwa orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja ekspor. Hasil kajian lain menunjukkan orientasi pasar dapat meningkatkan kinerja perusahaan karena memprioritaskan kebutuhan konsumen dan kepuasan pelanggan (Ali *et al.*, 2020). Orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan dari beberapa studi menunjukkan pengaruh positif terhadap kinerja UKM (Rashid *et al.*, 2020). Solusi yang diberikan dari kajian ini adalah *export market orientation* sebagai variabel mediasi dari pengaruh *international entrepreneurial orientation* terhadap *export performance* pada Usaha Kecil Menengah Ekspor di Bali. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan peran mediasi *export market orientation* pada pengaruh *international market orientation* terhadap *export performance* pada Usaha Kecil Menengah di Bali.



Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan kajian empiris sebelumnya, maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut: H1: *International entrepreneurial orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *export market orientation* pada UKM ekspor di Bali. H2: *International entrepreneurial orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *export performance* pada UKM ekspor di Bali. H3: *Export market orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *export performance* pada UKM ekspor di Bali. H4: *Export market orientation* memediasi secara positif signifikan pengaruh *international entrepreneurial orientation* terhadap *export performance* pada UKM ekspor di Bali.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif (*positivism*) yang berbentuk asosiatif karena dalam penelitian ini membahas dan menguji pengaruh antar variabel yakni *international entrepreneurial orientation*, *export market orientation*, *export performance*. Ruang lingkup penelitian ini adalah bidang kinerja perusahaan. Subyek dalam penelitian ini adalah pelaku UKM ekspor di Bali. Sementara obyek dalam penelitian ini adalah *export performance* yang dipengaruhi oleh *international entrepreneurial orientation* dan *export market orientation*.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif merupakan data yang dinyatakan dalam bentuk angka-angka dan memiliki satuan hitung, seperti jumlah pelaku usaha di Bali, rasio kewirausahaan di Bali. Sedangkan data kualitatif merupakan data yang berupa deskripsi dan bukan berupa angka. Data kualitatif pada penelitian ini adalah lokasi penelitian, gambaran umum kewirausahaan di Bali, karakteristik responden yang meliputi nama responden, jenis kelamin, status, pendidikan terakhir. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dari sumber utama atau responden melalui pertanyaan atau pernyataan yang diajukan peneliti sesuai dengan kuesioner. Sedangkan sumber sekunder adalah data yang tidak didapat secara langsung, tetapi berdasarkan dari studi pustaka, penelitian terdahulu, literatur dan artikel empiris yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti dari BPS dan Pemerintah Daerah Bali.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017). Teknik sampel yang digunakan adalah menggunakan teknik *purposive sampling* dan *incidental sampling*. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan metode survei yaitu menggunakan kuesioner yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2008:199). Pertanyaan pada kuesioner tersebut berisi butir-butir pengukur konstruk atau variabel dalam bentuk daftar pertanyaan dan pernyataan yang digunakan dalam model penelitian. Penyebaran dan pengumpulan data dilakukan secara langsung kepada responden dengan *self-administered report* yaitu responden diminta untuk mengisi sendiri kuesioner yang diberikan.

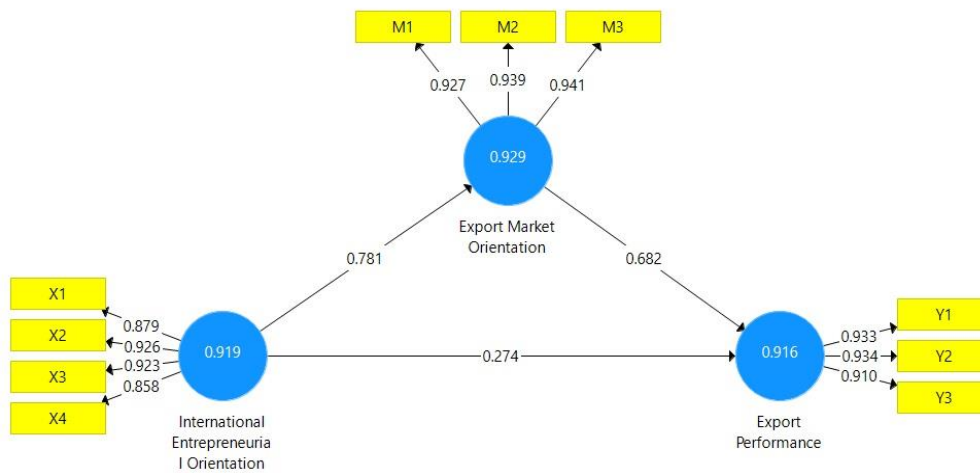
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji reliabilitas terlihat nilai *Alpha Cronbach* variabel *international entrepreneurial orientation*, variabel *export market orientation*, dan variabel *export performance* sesuai dengan syarat $\geq 0,70$, artinya reliabel. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($n=30$, $\alpha=0,05$) sehingga semua instrumen untuk variabel *international entrepreneurial orientation*, variabel *export market orientation*, dan variabel *export performance* adalah valid.

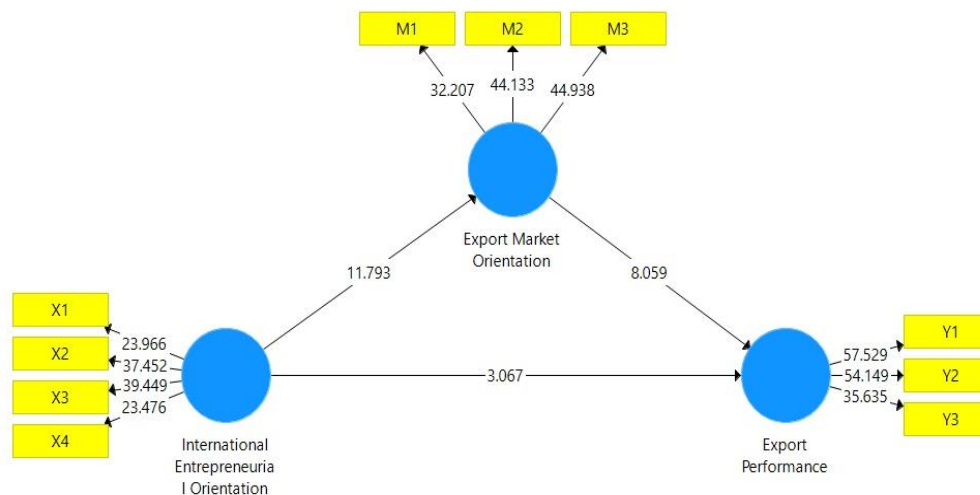
Analisis SEM-PLS dilakukan untuk menguji model penelitian kinerja ekspor UKM yang dipengaruhi oleh *international entrepreneurial orientation* dengan variabel mediasi *export market orientation*. Tahap pertama dilakukan uji validitas dan reliabilitas dari instrumen penelitian untuk mengetahui derajat ketepatan dan konsistensi.

Tabel 1.
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Hasil
EMO -> EP	0.682	0.679	0.085	8.059	0.000	Diterima
IEO -> EMO	0.781	0.782	0.066	11.793	0.000	Diterima
IEO -> EP	0.274	0.279	0.089	3.067	0.002	Diterima
IEO -> EMO -> EP	0.533	0.525	0.068	7.892	0.000	Diterima



Gambar 1.
Hasil uji model pengukuran



Gambar 2.
Hasil uji inferensial dengan Smartpls

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa semua hipotesis diterima yang ditunjukkan oleh nilai *p value* kurang dari 0,05 dan nilai t-statistik lebih dari 1,96. Hasil

pengujian menunjukkan nilai koefisien pengaruh bernilai positif sehingga hubungan antar variabel yang diuji adalah positif yaitu jika variabel eksogen naik maka variabel endogen juga naik, demikian pula sebaliknya jika variabel eksogen turun maka variabel endogen juga turun, dimana variabel eksogennya *international entrepreneurial orientation* dan variabel endogennya *export market orientation* dan *export performance*.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa H1 diterima yaitu *international entrepreneurial orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *export market orientation*. H2 diterima yaitu *international entrepreneurial orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *export performance*. H3 diterima yaitu *export market orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *export performance*. H4 diterima yaitu *export market orientation* secara signifikan memediasi pengaruh *international entrepreneurial orientation* terhadap *export performance*.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan penelitian ini berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dapat dikemukakan sebagai berikut: (i) *International entrepreneurial orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *export market orientation* pada UKM ekspor di Bali. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkat orientasi kewirausahaan internasional maka semakin meningkat orientasi pasar ekspor pada UKM ekspor di Bali. (ii) *International entrepreneurial orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *export performance* pada UKM ekspor di Bali. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkat orientasi kewirausahaan internasional maka semakin meningkat kinerja ekspor pada UKM ekspor di Bali. (iii) *Export market orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *export performance* pada UKM ekspor di Bali. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkat orientasi pasar ekspor maka semakin meningkat kinerja ekspor pada UKM ekspor di Bali. (iv) *Export market orientation* secara signifikan memediasi pengaruh *international entrepreneurial orientation* terhadap *export performance* pada UKM ekspor di Bali. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkat orientasi kewirausahaan internasional maka akan meningkatkan orientasi pasar ekspor yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja ekspor pada UKM ekspor di Bali.

REFERENSI

- Alhakimi, W., & Mahmoud, M. (2020). The impact of market orientation on innovativeness: evidence from Yemeni SMEs. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1), 47–59.
- Ali, G. A., Hilman, H., & Gorondutse, A. H. (2020). Effect of entrepreneurial orientation, market orientation and total quality management on performance: Evidence from Saudi SMEs. *Benchmarking*, 27(4), 1503–1531.
- Asheq, A. Al, Sheikh, B., & Rahman, M. (2019). *SME PERFORMANCE : IMPACT OF MARKET , CUSTOMER AND BRAND ORIENTATION* Ahmed Al Asheq , *Asian Institute of Technology*. 23(February), 1–10.
- Baltaci, A. (2017). Relations between prejudice, cultural intelligence and level of entrepreneurship: A study of school principals. *International Electronic Journal of Elementary Education*, 9(3), 645–666.
- Barney, J. (1991). Firm Resources ad Sustained Competitive Advantage. In *Journal of Management* (Vol. 17, Issue 1, pp. 99–120).
- Fernandes, C. I. M. A. S., Ferreira, J. J. M., Lobo, C. A., & Raposo, M. (2020). The impact of market orientation on the internationalisation of SMEs. *Review of International Business and Strategy*, 30(1), 123–143.
- Hambrick, D. C. (2007). Upper echelons theory: An update. *Academy of Management Review*, 32(2), 334–343.

- Hambrick, D. C., & Mason, A. (1986). Upper Echelons : The organization as a reflection of its top managers. *Academy of Management Review*, 9(2), 193–206.
- Keskin, H. (2006). Market orientation, learning orientation, and innovation capabilities in SMEs: An extended model. *European Journal of Innovation Management*, 9(4), 396–417.
- Kocak, A., Carsrud, A., & Oflazoglu, S. (2017). Market, entrepreneurial, and technology orientations: impact on innovation and firm performance. *Management Decision*, 55(2), 248–270. <https://doi.org/10.1108/MD-04-2015-0146>
- Prima Lita, R., Fitriana Faisal, R., & Meuthia, M. (2020). Enhancing small and medium enterprises performance through innovation in Indonesia: A framework for creative industries supporting tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(1), 155–176.
- Rashid, M. A., Kalyar, M. N., & Shafique, I. (2020). Market orientation and women-owned SMEs performance: The contingent role of entrepreneurial orientation and strategic decision responsiveness. *South Asian Journal of Business Studies*, 9(2), 215–234.
- Şahin, F., & Gürbüz, S. (2020). Entrepreneurial orientation and international performance: The moderating role of cultural intelligence. *Journal of Management and Organization*, 26(2), 263–287. <https://doi.org/10.1017/jmo.2017.52>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Vătămănescu, E. M., Cegarra-Navarro, J. G., Andrei, A. G., Dincă, V. M., & Alexandru, V. A. (2020). SMEs strategic networks and innovative performance: a relational design and methodology for knowledge sharing. *Journal of Knowledge Management*, 24(6), 1369–1392.