

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Organisasi Koperasi: Orientasi Pasar sebagai Variabel *Intervening* (Studi pada Koperasi Primer di kota Palu, Sulawesi Tengah)

Risnawati

FE Universitas Tadulako Palu

Noermijati

Jurusan Manajemen FEB-Universitas Brawijaya Malang

Abstract: *The objective of this research is to analyze the effect of entrepreneurship orientation toward market orientation and cooperation performance. The research population is primary cooperation in Palu, that include 70 primary cooperations which is still active in operation until year of 2009, with the CEO from every cooperation as a respondents. Validity and reliability of the research instrument were tested through Second Order confirmatory factory analysis (CFA) and path analysis is used to test research hypothesis. Research result shows that: (1) Entrepreneurship orientation affect cooperation performance (2) Entrepreneurship orientation affect market orientation (3) market orientation affect cooperation performance (4) Entrepreneurship orientation affect cooperation performance through market orientation. The implication of this research, is how to integrate entrepreneurship orientation and market orientation as an effort to improve cooperation performance.*

Keywords: *Entrepreneurship orientation, market orientation, cooperation performance*

Peranan koperasi dalam perekonomian nasional, dinyatakan dalam pasal 33 UUD 1945. Sejak masa orde baru, berbagai upaya telah dilakukan untuk menempatkan koperasi sebagai bagian dari sistem perekonomian nasional.

Upaya untuk menjadikan koperasi sebagai badan usaha yang profesional dan tangguh sehingga menjadi akselerator gerakan ekonomi rakyat telah dibuat dengan pengundangan UU No 25 tahun 1992 tentang perkoperasian. Adanya penegasan koperasi sebagai badan usaha menimbulkan kesan bahwa koperasi telah meninggalkan watak sosialnya. Persepsi sedemikian ini seharusnya diinterpretasikan bahwa penekanan koperasi sebagai badan usaha agar dalam pengelolaan usahanya, koperasi menerapkan kaidah-kaidah bisnis sebagaimana dianut oleh perusahaan swasta yang berorientasi pada maksimalisasi profit.

Perlu ditekankan peran koperasi sebagai gerakan ekonomi rakyat. Artinya keberadaannya menjadi lokomotif penggerak (*engine of growth*) bagi tumbuh kembangnya wirausahawan baru dan meningkatnya kinerja usaha kecil dikalangan anggota koperasi. Namun dalam kurun waktu 5 tahun kedepan, koperasi masih akan menghadapi banyak kendala. Kelembagaan usaha koperasi merupakan aspek penting yang perlu dicermati dalam membedah permasalahan koperasi.

Koperasi menghadapi persoalan rendahnya kualitas sumberdaya manusia, kebanyakan SDM koperasi yang berpendidikan rendah dengan keahlian teknis, kompetensi, kewirausahaan dan manajemen seadanya. Selanjutnya masalah klasik lainnya yang dihadapi koperasi adalah terbatasnya akses terhadap sumberdaya produktif seperti bahan baku, permodalan, teknologi, sarana serta informasi pasar.

Harapan untuk memberikan nilai superior bagi pelanggan dalam hal ini anggota koperasi khususnya dan masyarakat pada umum, dapat diwujudkan melalui usaha menciptakan dan memelihara budaya

Alamat Korespondensi:

Risnawati, Jurusan Manajemen, FE, Universitas Tadulako, Palu, Sulawesi Tengah Email: risnawati.palu@gmail.com

yang mampu menghasilkan perilaku yang diperlukan kearah perubahan tersebut. Menurut Narver dan Slater (1990), orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar merupakan dua dimensi perilaku yang digunakan untuk untuk pencapaian kinerja. Hult dan Ketchen (2001) dalam Muchtalifah (2008) juga menyatakan bahwa orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan adalah kapabilitas organisasi yang memberikan kontribusi pada penciptaan sumberdaya yang unik, keunggulan posisional yang berpengaruh positif terhadap kinerja.

Budaya yang dapat meningkatkan kinerja superior dalam organisasi di antaranya adalah orientasi kewirausahaan. Beberapa penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan (*Entrepreneurial Orientation*) cenderung lebih berhasil (Lee dan Peterson, 2000 dalam Kropp, *et al.*, 2006). Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktek pengambilan keputusan dan kegiatan yang digunakan oleh perusahaan. Konsep orientasi kewirausahaan menyertakan berani mengambil resiko, proaktiveness, otonomi, inovasi dan kompetitif agresivitas. Kropp, *et al.* (2006). Dalam lingkungan yang dinamis, berubah-ubah dan tidak kondusif, maka inovasi dan komunikasi memegang peranan penting dan memberikan kontribusi hubungan antara kinerja dan orientasi kewirausahaan. Selain itu, orientasi kewirausahaan memberikan kontribusi terhadap kinerja, didefinisikan sebagai "sebuah ukuran majemuk (*compound*, gabungan dari beberapa indikator) yang mencakup dimensi-dimensi pertumbuhan dan juga mencakup kinerja keuangan (Wiklund, 1999, dalam Bayau lung, Y. 2007), sehingga keberanian mengambil resiko, inovasi, dan sikap proaktif akan membuat koperasi mampu mengalahkan/ mensejajarkan dengan pesaing-pesaing mereka". Peningkatan kinerja yang dihasilkan dari orientasi kewirausahaan juga dinyatakan sebagai keunggulan yang harus dipertahankan.

Budaya lain yang dapat meningkatkan kinerja superior adalah perilaku Orientasi pasar, di mana perilaku ini penting untuk merebut persaingan dengan perusahaan lain. Perusahaan yang berorientasi pasar akan memanfaatkan perubahan tersebut, yang mengarahkan mereka untuk menghasilkan kinerja superior dibandingkan dengan perusahaan lain yang tidak berorientasi pasar. orientasi pasar merupakan budaya

organisasi yang efektif dan efisien untuk menciptakan nilai superior bagi pembeli dan kinerja superior bagi perusahaan. Karena itu dimensi utama dari orientasi pasar adalah orientasi pelanggan (*Customer Orientation*), orientasi pesaing (*Orientation Competitor*). Kemampuan menerapkan ketiga orientasi ini, sebagaimana yang dinyatakan Slater and Narver (1994), yaitu koordinasi antar fungsi dalam perusahaan akan meningkatkan daya saing perusahaan terhadap pesaing sekaligus meningkatkan kepuasan pelanggan.

Tujuan penelitian ini adalah hendak menguji pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap orientasi pasar dan kinerja koperasi serta pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja koperasi.

Orientasi kewirausahaan sebagai metode, praktik dan pengambilan keputusan manajer dalam berwirausaha dan sebagai orientasi strategis perusahaan untuk bersaing. Operasionalisasinya melalui 5 dimensi yakni pengambilan resiko, inovasi, proaktif, kompetitif agresif dan otonomi (Lumpkin dan Dess, 1996 dalam Hughes, M., and Morgan, 2006). Selanjutnya, Jambulingan, *et al.* (2005) dalam Muchtalifa (2008), berpendapat bahwa orientasi kewirausahaan sebagai suatu proses, praktek dan aktivitas pengambilan keputusan yang mengarah pada pengembangan dan penciptaan produk baru yang inovatif yang membedakan organisasi dengan organisasi lainnya dipasar.

Orientasi pasar adalah seperangkat tindakan nyata yang memungkinkan perusahaan mempertahankan variasi permintaan dan penawaran pasar dan memberikan respon yang tepat terhadap berbagai perubahan yang terjadi (Varadarajan dan Jayachandaran, 1999, dalam Al- Idrus, 2008). Menurut Kohli dan Jaworski (1990) dalam Chiquan, G (2001) orientasi pasar adalah organisasi luas, intelegen pasar pada masa yang akan datang yang berkaitan dengan kebutuhan pelanggan, penyebaran intelegen ke seluruh departemen serta responsive. Dengan demikian, dapat disimpulkan, ada 3 dimensi yang membentuk orientasi pasar yakni : generasi intelegen pasar, penyebaran informasi pasar dan respon.

Kinerja merupakan cerminan apakah organisasi atau perusahaan telah berhasil atau belum dalam usaha bisnisnya. Amstrong dan Baron (1998) dalam Wibowo (2008), menyatakan bahwa kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan yang kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan

konsumen dan memberikan kontribusi pada ekonomi organisasi atau perusahaan. Selanjutnya, menurut Day dan Wenslay (1988), dalam Al-idrus (2008), kinerja bisnis dapat dilihat dari kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas. Maka dapat dikatakan bahwa kinerja (*performance*) adalah keberhasilan organisasi perusahaan untuk mencapai hasil, yang diukur dengan informasi keuangan dan non keuangan.

Kinerja non keuangan dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan pada koperasi adalah anggota dari koperasi yang sekaligus menjadi pemilik koperasi. Maka kinerja non keuangan dapat diukur dari tingkat kepuasan pelanggan (anggota) baik dari sisi koperasi maupun dari sisi anggota. Untuk memberikan kepuasan pada anggota koperasi dapat dilakukan melalui pemberian layanan yang baik, sehingga pengukuran kinerja non keuangan dalam penelitian ini melalui kinerja pelayanan.

Hipotesis penelitian:

- H1 : Orientasi kewirausahaan berpengaruh langsung terhadap orientasi pasar.
- H2 : Orientasi kewirausahaan berpengaruh langsung terhadap kinerja koperasi.
- H3 : Orientasi pasar berpengaruh langsung terhadap kinerja koperasi
- H4 : Orientasi kewirausahaan berpengaruh tidak langsung terhadap kinerja koperasi melalui orientasi pasar.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (*eksplanatory research*). Populasi dalam penelitian ini adalah koperasi-koperasi primer yang berada di wilayah kota palu, yang masih aktif pada saat penelitian dilakukan (tahun 2009) dan aktif melakukan R.A.T secara berturut-turut selama 3 tahun terakhir. Jumlah populasi sebanyak 70 koperasi primer, yang selanjutnya keseluruhan populasi dijadikan sebagai objek penelitian, dengan mengambil manajer koperasi sebagai responden penelitian. Namun dalam pelaksanaan penelitian dilakukan dengan menggunakan *second order analisis factor konfirmatory* pada masing-masing variabel laten sedangkan uji reliabilitas dihitung dengan menggunakan *composite construct realibilty*. Hasilnya menunjukkan bahwa semua

variabel adalah valid dan reliable. Analisis data dengan menggunakan analisis Jalur (*Path analysis*) dengan menggunakan bantuan perangkat lunak computer (*software*) program SPSS.

Definisi operasional Variabel

Orientasi kewirausahaan (X), merupakan orientasi strategi koperasidalam berwirausaha untuk memperoleh keunggulan bersaing, dengan indikator: pengambilan keputusan, praktek dan metode.

Orientasi pasar (Y), adalah sejauhmana lembaga koperasi menerapkan konsep pemasaran yang ditunjukkan dari aktivitas menghasilkan intelegensi pasar, menyebarkan hasil intelegensi dan menginformasikan tentang pasar ke seluruh bagian organisasi serta ketanggapan yaitu upaya menindaklanjuti kedalam perencanaan dan implementasi strategi pemasaran yang dilakukan oleh koperasi melalui kebijakan pengurus.

Kinerja koperasi (Z), merupakan kinerja yang dicapai koperasi dibidang kinerja keuangan . kinerja keuangan tersebut diukur dengan 3 indikator yaitu 1. tingkat pertumbuhan sisa hasil usaha (SHU) dan simpanan anggota, 2. tingkat profitabilitas: yang menunjukkan kemampuan koperasi menghasilkan keuntungan/SHU dari total aktiva + total modal, 3. Kinerja pelayanan: kemampuan koperasi untuk memberikan pelayanan dalam upaya memberikan manfaat ekonomi bagi anggotanya

HASIL

Analisis deskriptif dilakukan dengan mendiskripsikan nilai rerata dari variabel penelitian. Dasar interprestasi nilai rerata/mean mengacu pada Tabel 1.

Tabel 1. Dasar interprestasi nilai rerata variabel penelitian

No.	Nilai Skor	Interprestasi
1	1 – 1,8	Jelek/tidak penting
2	1,81 – 2,6	Kurang
3	2,61 – 3,4	Cukup
4	3,41 – 4,2	Baik/penting/tinggi
5	4,21 – 5,0	Sangat baik/sangat penting/sangat tinggi

(Sumber: Noermijati, 2010)

Hasilnya menunjukkan bahwa nilai rerata/mean dari variabel orientasi kewirausahaan sebesar 3,42

atau berada pada posisi bagus/tinggi. Orientasi pasar sebesar 3,22 atau berada pada posisi cukup, dan kinerja koperasi sebesar 3,63, berarti tingkat kinerja koperasi adalah tinggi.

Analisis jalur

Pengaruh kausalitas. Berdasarkan ketiga model pengaruh yang telah diuraikan sebelumnya maka dapat disusun model lintasan pengaruh yang disajikan pada Gambar 2.

Dari model di atas dapat dihitung pengaruh kausalitas antar variabel sebagaimana Gambar 2.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat koefisien jalur dan p – value pada Tabel 3 tiga hipotesis

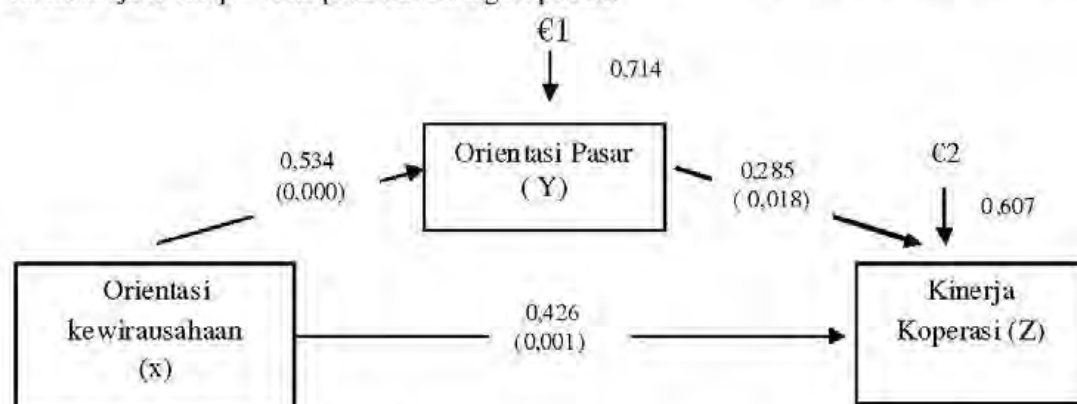
merupakan jalur pengaruh langsung yaitu hipotesis 1, 2, dan 3, serta 1 jalur pengaruh tidak langsung yaitu hipotesis 4.

Pengujian hipotesis Pertama

Nilai probabilitas sebesar 0,000, lebih kecil dari 5% ($0,000 < 0,05$), sedangkan nilai koefisien jalur sebesar 0,534, berarti orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh langsung, positif dan signifikan terhadap orientasi pasar. Sehingga hipotesis 1 diterima.

Pengujian hipotesis kedua

Nilai probabilitas sebesar 0,001, lebih kecil dari 5% ($0,001 < 0,05$), sedangkan nilai koefisien jalur sebesar 0,426, berarti orientasi kewirausahaan mempunyai



Gambar 2. Model Lintasan Pengaruh

Tabel 2. Hasil Dekomposisi Pengaruh Kausalitas antar variabel

Pengaruh variable	Pengaruh kausalitas		
	Langsung	Tidak langsung Melalui Y	Total
X terhadap Z	0,426	-----	0,426
X terhadap Y	0,534	-----	0,534
Y terhadap Z	0,285	-----	0,285
X terhadap Z	0,426	(0,534 X 0,285)= 0,152	0,426 + 0,152 = 0,711

(Sumber: Data primer diolah: 2010)

Tabel 3. Hasil uji koefisien standar (Standardized Coefficients) path

Hubungan antar variabel	Koefisien Jalur	P – Value	keterangan
Orientasi kewirausahaan → Kinerja	0,426	0,001	Signifikan
Orientasi kewirausahaan → Orientasi pasar	0,534	0,000	Signifikan
Orientasi pasar → Kinerja koperasi	0,285	0,018	Signifikan

(Sumber: Data primer diolah: 2010)

pengaruh langsung, positif dan signifikan terhadap kinerja koperasi. Sehingga hipotesis 2 (H_2) yang diajukan diterima.

Pengujian hipotesis ketiga

Nilai probabilitas sebesar 0,018, lebih kecil dari 5% ($0,018 < 0,05$), sedangkan nilai koefisien jalur sebesar 0,285, berarti orientasi pasar mempunyai pengaruh langsung, positif dan signifikan terhadap kinerja koperasi. Sehingga hipotesis 3 diterima.

Pengujian hipotesis keempat

Nilai koefisien jalur pengaruh langsung orientasi kewirausahaan terhadap kinerja koperasi sebesar 0,426 dengan $p\text{-value} = 0,001$ (signifikan), dan pengaruh langsung orientasi pasar terhadap kinerja koperasi sebesar 0,285 dengan $p\text{-value} = 0,018$ (signifikan), sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja melalui orientasi pasar dapat diterima. Artinya semakin tinggi orientasi kewirausahaan, yang diikuti peningkatan orientasi pasar akan meningkatkan kinerja koperasi. Dengan demikian H_4 diterima.

PEMBAHASAN

Orientasi kewirausahaan berpengaruh langsung terhadap orientasi pasar

Hipotesis yang pertama yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh langsung terhadap orientasi pasar, asumsi yang melandasi hipotesis ini adalah bahwa semakin tinggi perilaku kewirausahaan akan semakin tinggi pula perilaku orientasi pasar. Hasil pengujian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh langsung terhadap orientasi pasar, hal ini sesuai hasil yang

diperoleh indikator-indikator yang membentuk variabel orientasi kewirausahaan berada pada kategori baik, hal ini dapat dilihat dari indikator otonomi dan kemauan untuk berinovasi yang berada pada kategori baik/ penting, dan variabel orientasi pasar berada pada kategori cukup, ini berarti organisasi koperasi melalui persepsi manajer telah memahami pentingnya perilaku yang berorientasi kewirausahaan untuk menunjang organisasi koperasi yang berorientasi pasar, karena perusahaan atau organisasi yang berorientasi pasar memulai analisisnya strateginya dengan memahami kondisi pasar dan situasi kompetisinya, hal ini diharapkan mampu meningkatkan kinerja koperasi.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Bayau Lung, Y (2007), Bacherer, 1997, Lukas, 2000 dalam Bayau Lung (2007), yang menemukan bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh terhadap orientasi pasar. Dengan demikian orientasi kewirausahaan dipandang sebagai upaya yang lebih proaktif, untuk mencapai efektivitas pemasaran yang maksimal. Selanjutnya Thomas, W., Zimerer (2008), menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan hasil dari proses disiplin dan sistematis dalam menerapkan kreativitas dan inovasi terhadap kebutuhan dan peluang dipasar. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Moris dan Paul, 1987, Miles dan Arnold, 1991 (dalam Benito, *et al.*, 2008) yang menyatakan bahwa Semangat kewirausahaan yang berorientasi pasar dibutuhkan untuk mencapai respon yang cepat terhadap peluang pasar. Selanjutnya Matsuno, *et al.*, 2002 dalam Benito, *et al.* (2008), menyatakan bahwa komponen kewirausahaan dalam orientasi pasar seperti; kapasitas untuk inovasi mengharuskan perusahaan untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi dari lingkungan sebagai praktik dari perusahaan yang berorientasi pasar, tindakan untuk pengambilan resiko diperlukan agar mudah

Tabel 4. Rangkuman Hasil Uji Hipotesis 1 sampai Hipotesis 4

Hipotesis	Arah Jalur	Nilai P-Value	Keputusan terhadap hipotesis
H1	Orientasi kewirausahaan → Orientasi pasar.	0,000	H1 diterima
H2	Orientasi kewirausahaan → Kinerja koperasi	0,001	H2 diterima
H3	Orientasi pasar → kinerja Orientasi kewirausahaan →	0,018	H3 diterima
H4	Orientasi pasar → Kinerja	0,000 / 0,018	H4 diterima

(Sumber: Data primer diolah: 2010)

merespon segala peluang dan tantangan, sikap proaktif diperlukan untuk mengidentifikasi peluang pasar untuk mengambil peluang sebelum pesaing dan hal ini terkait erat dengan penyebaran intelegen informasi dan *responsive* terhadap informasi. Hal ini juga perlu dilakukan oleh koperasi-koperasi primer dikota Palu.

Orientasi kewirausahaan berpengaruh langsung terhadap Kinerja koperasi

Hasil pengujian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh langsung terhadap kinerja. Hasil ini sesuai dengan fenomena yang terjadi dilapangan, dari Indikator-Indikator yang digunakan untuk mengukur orientasi kewirausahaan menunjukkan hasil yang baik, dilihat dari Indikator kemauan untuk berinovasi melalui pengadaan penelitian dan pengembangan, penggunaan teknologi, inovasi produk dan jasa, menunjukkan hasil yang bagus/penting, ini berarti bahwa koperasi-koperasi primer dikota palu, telah menekankan perhatian yang tinggi terhadap kemauan untuk berinovasi dalam meningkatkan kinerja. Dilihat dari Indikator pengambilan resiko, melalui terhadap sikap proaktif, memanfaatkan peluang dan berani bertindak, menunjukkan hasil yang cukup, ini menunjukkan bahwa para manajer dalam koperasi cukup memberikan perhatian pada sikap keberanian mengambil resiko. Selanjutnya dilihat dari Indikator proaktif melalui perhatian terhadap tindakan, ide- ide produk baru dan jasa layanan baru Indikator otonomi melalui kebebasan karyawan untuk bertindak, mengeluarkan ide-ide baru dan mandiri, memberikan hasil yang cukup, ini berarti bahwa koperasi-koperasi primer dikota palu cukup memberikan perhatian pada sikap proaktif mencari peluang untuk merebut pasar dan memberikan kebebasan kepada seluruh elemen dalam koperasi dalam mengeluarkan ide-ide baru dalam menunjang keberhasilan organisasi, walaupun tidak ditunjang oleh sikap agresif yang tinggi, misalnya dengan melakukan manuver-manuver untuk mengadopsi strategi pesaing dalam upaya mengungguli pesaing, namun ini bukan merupakan hal yang dapat menjadi hambatan organisasi koperasi untuk meningkat dan mandiri. Kedepan, koperasi perlu indikator-indikator yang masih berada pada level cukup, menjadi tinggi atau sangat tinggi.

Hasil uji hipotesis ini sejalan dengan Li, Y., *et al.* (2008), menemukan bahwa terdapat hubungan yang

positif antara orientasi kewirausahaan dan kinerja perusahaan, selanjutnya, Giri, J., and Yick Tse, E.C (2006) yang menemukan bahwa terdapat korelasi yang positif antara bentuk strategi orientasi kewirausahaan dengan kinerja. Ini sesuai pula dengan Lumpkin dan Dess (1996), Wiklund dan Sheppard dalam Li, Y., *et al.* (2008), menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan adalah keinginan organisasi untuk meningkatkan dan mendukung kreativitas, fleksibilitas dan pertimbangan resiko, dimana orientasi kewirausahaan melibatkan kemauan untuk berinovasi, mengambil resiko, otonomi, menjadi lebih proaktif dan lebih agresif dari pesaing terhadap peluang pasar, sehingga jika perilaku atau budaya ini telah ada dalam perusahaan atau organisasi khususnya koperasi mereka akan memperoleh keunggulan bersaing yang lebih baik dan mencapai kinerja yang meningkat pula. Selanjutnya Dess, *et al.* (1997) dalam Benito, *et al.* (2008), menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan dalam hal mencari peluang usaha sangat diperlukan pada lingkungan persaingan yang tidak pasti, untuk meningkatkan kinerja. Demikian juga bagi koperasi, orientasi kewirausahaan sangat dibutuhkan dalam menghadapi persaingan global, guna meningkatkan kinerjanya.

Orientasi Pasar berpengaruh langsung terhadap Kinerja koperasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel orientasi pasar mempunyai pengaruh langsung terhadap kinerja koperasi primer dikota Palu. Hasil ini sejalan dengan (a) (Narver dan Slater (1990) bahwa orientasi pasar merupakan filosofi bisnis yang dipandang efektif dan efisien untuk menciptakan perilaku yang diperlukan guna menciptakan nilai yang superior bagi pembeli yang akhirnya akan berpengaruh pada kinerja bisnis secara berkelanjutan. (b) Varadarajan dan Jayachandaran, 1999 dalam Al-idrus S (2008), yang menyatakan bahwa orientasi pasar adalah seperangkat tindakan nyata yang memungkinkan perusahaan mempertahankan variasi permintaan dan penawaran dan memberikan respon yang tepat terhadap berbagai perubahan yang terjadi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Farrel, *et al.* (2008) dan Chiquan, G. (2001). Pelham (1997) dalam Wahyono (2001).

Orientasi pasar mempunyai pengaruh langsung terhadap kinerja koperasi. Hal ini terjadi karena koperasi telah memberikan perhatian pada aspek pemasaran tentang produk maupun jasa dari koperasi. Hal ini sesuai dengan fenomena yang didapat lapangan, tanggapan responden terhadap Indikator-Indikator dari variabel orientasi pasar menunjukkan bahwa Indikator dari aktivitas untuk menghasilkan intelegen pasar dan *responsive* memperlihatkan hasil yang penting, ini berarti bahwa para manajer mempunyai perhatian terhadap aktivitas untuk menghasilkan intelegen pasar dan sikap yang *responsive* terhadap informasi pasar yang diterima, walaupun dengan tindak lanjut yang agak lambat untuk menyebarkan informasi dari hasil intelegen tersebut keseluruhan bagian didalam organisasi hal ini ditunjukkan dengan nilai-nilai rata responden terhadap Indikator ini masih kurang. Sehingga hasil dari penelitian ini, menunjukan variabel orientasi pasar menunjukan pengaruh yang kurang terhadap peningkatan kinerja, dengan demikian hal ini perlu menjadi perhatian bagi para koperasi primer dikota palu, agar lebih memberikan perhatian pada aktivitas penyebaran informasi hasil intelegen keseluruhan bagian koperasi, sehingga dapat menghasilkan kinerja maksimal.

Hasil ini sejalan dengan Ali hasan (2008), yang menyatakan bahwa setiap organisasi yang secara konsisten menggunakan *market oriented* sebagai aktivitas pemasaran, maka organisasi harus mampu mengembangkan intelegen pemasaran, sistem penyebaran informasi antarfungsi dan kemampuan merespon informasi yang ada. Jika ketiga aspek tersebut tidak optimal, perusahaan akan sulit mencapai apa yang diinginkan dari aktivitas bisnisnya.

Orientasi pasar merupakan bagian dari budaya kerja yang membedakan satu bisnis dari bisnis lainnya agar selalu dapat memberikan nilai terbaik bagi para pelanggan (Slater dan narver, 1994 dalam Ali hasan 2008). Suatu bisnis yang memiliki koleksi informasi pasar dan kemampuan memproses yang baik dapat membuat ramalan bisnis dengan tepat, dan membuat perubahan-perubahan cepat dipasar dan memahami arti nilai superior bagi pelanggan (Pelham, 1997 dalam Ali hasan 2008). Memahami apa yang menjadi kebutuhan pelanggan adalah sesuatu yang penting. Kegagalan menentukan kebutuhan pelanggan dimasa kini dan masa depan akan mengarah pada menghasilkan produk dan pelayanan yang tidak memuaskan pelanggan.

Agar kegiatan bisnis yang berorientasi pasar dapat beroperasi secara tepat, maka harus mengoptimalkan tingkat pengembangan informasi pasar ke seluruh unit fungsional bisnis lainnya. Kinerja superior dari orientasi pasar hanya dapat terjadi ketika ada koordinasi interfungsional (Han, Kim dan Srivasta, 1998 dalam Ali hasan, 2008). Pendistribusian informasi yang sukses akan memberikan kesempatan kepada koperasi untuk meningkatkan atau memodifikasi untuk menghasilkan pandangan baru. Penyebaran informasi penting bagi suksesnya proses kegiatan bisnis yang berorientasi pasar, proses penyebaran informasi akan memainkan peran utama dalam proses pengembangan bisnis berorientasi pasar. Day, 1994 dalam Ali hasan (2008), menyatakan bahwa budaya pemasaran berorientasi pasar mendukung kebutuhan untuk mengumpulkan informasi pasar dan secara fungsional mengkoordinasikan tindakan untuk memperoleh keuntungan yang kompetitif. Selanjutnya Kohli dan Jaworski, 1990; Narver dan Slater, 1990, dalam Ali hasan (2008), menekankan bahwa skala implementasi bisnis mengenai strategi orientasi pasar tergantung pada tingkat perhatian dan kemampuan organisasi merespon kebutuhan pelanggan dan tindakan kompetitif, dengan demikian organisasi yang berorientasi pasar akan mempengaruhi kemampuan dalam merespon kebutuhan pelanggan.

Orientasi Kewirausahaan berpengaruh tidak langsung terhadap kinerja koperasi melalui orientasi pasar

Mengacu pada gambar 2 model lintasan pengaruh secara partial, Nampak bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap kinerja melalui orientasi pasar, hal ini ditunjukkan oleh pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap orientasi pasar yang signifikan, serta pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja juga signifikan. Maka hipotesis yang menyatakan bahwa Variabel orientasi kewirausahaan yang berpengaruh langsung terhadap kinerja koperasi melalui orientasi pasar, dalam penelitian terbukti. Hal ini mengindikasikan bahwa peran dari orientasi pasar sangat penting, sehingga keberadaan variabel orientasi pasar mampu mempengaruhi kinerja pada koperasi primer dikota palu dengan orientasi pasar sebagai variabel *intervening*.

Hasil penelitian ini dapat diartikan bahwa keberanian dalam mengambil resiko, inovasi, sikap proaktif, agresif dan otonomi untuk meningkatkan kinerja koperasi-koperasi primer di kota palu harus dibarengi dengan aktivitas untuk menghasilkan intelegen pasar, menyebarkan hasil intelegen keseluruh bagian serta responsive. Hasil temuan ini sejalan dengan Penelitian Bayau Lung, Y (2007), yang menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh tidak langsung terhadap kinerja melalui orientasi pasar. Dengan demikian orientasi kewirausahaan dipandang sebagai suatu operasi pasar yang lebih proaktif dan orientasi kewirausahaan juga merupakan pelengkap untuk mencapai efektivitas pemasaran.

Implikasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan dengan Indikator yang membentuknya terdiri dari kemauan untuk berinovasi, pengambilan resiko, proaktif, agresif dan otonomi, ternyata mempunyai pengaruh langsung dan signifikan terhadap orientasi pasar dan kinerja. Variabel orientasi kewirausahaan yang eksis di koperasi ternyata mampu mendorong meningkatnya perilaku orientasi pasar dan kinerja, walaupun masih berada pada kategori cukup. Maka untuk meningkatkan orientasi pasar dan kinerja koperasi perlu lebih memberikan perhatian pada keberadaan Indikator pembentuk variabel orientasi kewirausahaan, terutama pada Indikator agresif, yaitu meningkatkan dan mengembangkan sikap yang lebih reaktif terhadap tren persaingan dengan melakukan manuver-manuver misalnya dengan cara mengadopsi strategi pesaing dalam upaya menggungguli pesaing guna meraih keunggulan bersaing.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar penting keberadaannya terhadap kinerja koperasi primer di kota palu, karena hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan kedua variabel tersebut ternyata berpengaruh terhadap kinerja. Maka koperasi perlu menjaga agar keberadaan kedua kapabilitas organisasi yang memberikan kontribusi pada penciptaan sumberdaya yang unik, dan keunggulan posisional yakni orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar yang dianggap cukup oleh responden jangan sampai dikurangi, akan tetapi justru harus lebih ditingkatkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini berhasil mendukung ekspektasi penelitian bahwa semakin baik orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar, maka kinerja koperasi juga akan semakin baik. Secara detail hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

Temuan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan melalui sikap kemauan untuk berinovasi, keberanian mengambil resiko, proaktif, agresif dan otonomi dapat meningkatkan kinerja koperasi dari segi kinerja keuangan dalam hal ini pertumbuhan dan tingkat keuntungan yang diperoleh maupun dalam kinerja non keuangan yaitu peningkatan pelayanan terhadap anggota.

Orientasi pasar terbukti berpengaruh langsung terhadap kinerja koperasi-koperasi primer di kota palu. Hal ini terlihat dari ketiga indikator dari orientasi pasar yaitu menghasilkan intelegen pasar, penyebaran hasil intelegen, dan responsive, terbukti memberikan kontribusi cukup dalam membentuk variabel orientasi pasar. Temuan ini sejalan dengan temuan Narver dan Slater (1990), Varadarajan dan Jayachandaran (1999), Farrel, *et al.* (2008), Chiquan, G. (2001). Pelham (1997) dalam wahyono (2001).

Kemauan untuk berinovasi, pengambilan resiko, sikap proaktif, agresif dan otonomi untuk meningkatkan kinerja koperasi-koperasi primer di kota palu harus dibarengi dengan aktivitas untuk menghasilkan intelegen pasar, menyebarkan hasil intelegen keseluruh bagian, serta *responsive* untuk meningkatkan kinerja koperasi, baik kinerja dari aspek keuangan maupun non keuangan. Selain itu temuan penelitian ini membuktikan bahwa variabel orientasi pasar merupakan variabel yang memediasi pengaruh kewirausahaan terhadap kinerja.

Saran

Pihak koperasi hendaknya memperhatikan sumberdaya yang bersifat *intangible* dalam koperasi yakni Orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar yang merupakan dua kapabilitas organisasi yang dapat berkontribusi pada peningkatan kinerja. Karena berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pengaruh dari kedua kapabilitas ini terhadap kinerja masih rendah dan berdasarkan tanggapan responden masih berada

pada kategori cukup. Sehingga koperasi-koperasi diharapkan lebih memberikan perhatian pada kedua aspek ini. Adapun saran yang dapat penulis kemukakan untuk lebih mengoptimalkan peran dari kedua perilaku atau budaya bisnis tersebut, antara lain:

- Meningkatkan perilaku orientasi kewirausahaan yaitu dengan memberikan perhatian pada sikap yang lebih agresif terhadap tren persaingan dan tuntutan pasar serta kebutuhan anggota, hal ini dapat dilakukan dengan cara mengadopsi strategi pesaing atau koperasi yang lain, dengan cara-cara yang fair. Proaktif dalam mencari peluang-peluang pasar dengan berinisiatif untuk merebut pasar, ini dapat dilakukan dengan cara melakukan tindakan-tindakan untuk menghadapi pesaing, dan selalu menemukan ide-ide baru tentang produk maupun jasa yang ada dalam koperasi, serta mengembangkan keinginan pengambilan resiko yang mendorong koperasi untuk mengembangkan dan melahirkan ide-ide baru untuk menghasilkan produk dan jasa koperasi, misalnya dengan mengambil tindakan bahwa tantangan yang dihadapi sebagai peluang untuk meraih kesuksesan.
- Meningkatkan perilaku orientasi pasar, dengan lebih meningkatkan pada aktivitas menyebarkan informasi hasil intelegen ke seluruh bagian koperasi. Ini dapat dilakukan dengan melakukan pertemuan-pertemuan antar departemen, melaporkan kondisi persaingan pada setiap departemen, kantor cabang atau unit-unit bisnis dalam koperasi, selalu melakukan identifikasi inisiatif dari pesaing, selalu membahas kekuatan, kelemahan, strategi koperasi maupun pesaing, menyebarkan informasi tentang kesuksesan dan kegagalan anggota sebagai bahan acuan untuk kebijakan selanjutnya. Namun semua itu harus pula dibarengi dengan sikap yang selalu *responsive* dan melakukan aktivitas untuk menghasilkan intelegen pasar.

DAFTAR RUJUKAN

- Al Idrus, S. 2008. *Kinerja manajer dan Bisnis koperasi: Peluang dan Tantangan Manajemen Koperasi*, Malang: UIN-Malang Press.
- Ali, H. 2008. *Marketing*. Yogyakarta: MedPress.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*, edisi revisi VI. Jakarta: Rineka Cipta.

- Bayau, L.Y. 2007. *Pengaruh strategi berbasis sumberdaya, orientasi kewirausahaan, dan Orienatsi pasar terhadap kinerja (Studi pada pedagang kaki lima propinsi Kalimantan Timur)*, Desertasi, Universitas Brawijaya, Malang, tidak dipublikasikan.
- Benito, O.G., Benito, J.G., dan Gallego, P.A.M. 2008. *Role of entrepreneurship and market orientation in firms success*, European journal of marketing, 43(3-4) 500-522
- Budi, T.P. 2007. *SPSS 13.0 Terapan: Riset Statistik Parametrik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Chiquan, G. 2001. *Market Orientation and Bussines performance: A framework for service organizations*. European journal of marketing, 36(9-10):1154-1163.
- Farrel, M.A., Oczkowski, E., Kharabsheh, R. 2008. *Market orientation, learning orientation and organisasional performance in international joint ventures*. journal international joint ventures, 20(3):299-309.
- Ghozali, I. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Cetakan IV, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- _____. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Cetakan IV, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- _____. 2008. *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan program AMOS 16.0*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Giri, J., Eliza, C.Y.tse. 2006. *Entrepreneurial orientation and structuring organizations performance evidence from the Asian hotel industry*. International journal of Contemporary Hospitality Management, 18, 454-468.
- Hughes, M., Morgan, R.E. 2006. *Deconstructing the relationship between entrepreneurial orientation and bussines performance at the embryonic stage of firm growth*. journal industrial marketing management, 36, 651-661.
- Kropp, F., Lindsay N.J., Shoham, A. 2006. *Entrepreneurial, Market, and Learning Orientations and international entrepreneurial business venture performance in South African Firms*. Journal International Marketing Review, 35(5):504-523.
- Li, Y., Huang, J., Tsai, M. 2008. *Entrepreneurial orientation and firm performance: The role of knowledge creation process*. journal Industrial marketing management, 38:440-449.
- Muchtolifah. 2008. *Pengaruh Sumberdaya Manusia, Orientasi pasar, orientasi kewirausahaan Terhadap Strategi bersaing dan Kinerja Rumah Sakit*, Desertasi, Universitas Brawijaya, Malang, Tidak dipublikasikan.

- Narver, J.C., Slater, S.F. 1990. *The effect of Market orientation on business profitability*, Journal of marketing, 54.
- Noermijati. 2010. kajian deskriptif tentang kondisi factor intrinsic dan ekstrinsik serta kepuasan kerja manajer menengah-bawah, *Jurnal Aplikasi Manajemen*, vol.8 No.1 hal.50-62.
- Slater, S.F., Narver, J.C. 1994. *Market orientation and the learning organizational*, Journal of marketing, 59.
- Wahyono. 2001. *Orientasi pasar dan inovasi: Pengaruhnya terhadap Kinerja pemasaran (Studi kasus pada industri meubel di Kabupaten Jepara)*. Journal sains Pemasaran Indonesia. [Http://www.Google.com](http://www.Google.com). September 2009.
- Sekaran, U. 2006. *Research Methods For Business*, Alih bahasa Kwan Men Yon, Edisi Keempat, Jilid 1 dan 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Singarimbun, M., Effendi, S. 2006. *Metode Penelitian Suvai*. Jakarta: LP3ES.
- Solimun. 2002. *Multivariate Analysis Struktural Equation Modelling (SEM) Lisrel dan Amos, Aplikasi di Manajemen, Ekonomi pembangunan, psikologi, Sosial, Kedokteran dan Argokompleks*, Universitas Brawijaya, Malang.
- Thomas, W.Z. 2008. *Kewirausahaan dan manajemen Usaha kecil*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wibowo. 2008. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.