

**ANALISIS PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN, DAN MANAJEMEN PENGETAHUAN
MELALUI KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP
KINERJA PEMASARAN UMKM PENGOLAH KOPI DI
KABUPATEN TANAH DATAR**

Tesis



FAYI AFIFAH

2120261002

Pembimbing I : Dr. Ir. Nofialdi, M.Si

Pembimbing II : Dr. Widya Fitriana, SP, M.Si

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI PERTANIAN
PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2022**

ANALISIS PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, DAN MANAJEMEN PENGETAHUAN MELALUI KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA PEMASARAN UMKM PENGOLAH KOPI DI KABUPATEN TANAH DATAR

Abstrak

Kinerja pemasaran dapat ditingkatkan dengan melakukan perbaikan terhadap pemasaran dan manajemen usaha, kewirausahaan, dan peningkatan keunggulan bersaing usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan kondisi dan menganalisis pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan manajemen pengetahuan melalui keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran UMKM Pengolah Kopi di Kabupaten Tanah Datar. Jenis data yang digunakan adalah data *cross section*. Data diperoleh dari kuisioner dan wawancara kepada 87 responden. Variabel penelitian antara lain orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, manajemen pengetahuan, keunggulan bersaing, dan kinerja pemasaran. Analisis data menggunakan metode analisis SEM (*Structural Equation Model*) menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0. Hasil penelitian memperlihatkan UMKM Pengolah Kopi Kabupaten Tanah Datar memiliki orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan manajemen pengetahuan yang baik, memiliki keunggulan bersaing yang tinggi, namun memiliki kinerja pemasaran yang rendah. Orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan manajemen pengetahuan mempengaruhi kinerja pemasaran usaha. Keunggulan bersaing tidak mempengaruhi kinerja pemasaran usaha. Orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan tidak mempengaruhi keunggulan bersaing. Manajemen pengetahuan memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan keunggulan bersaing usaha. Keunggulan bersaing tidak memiliki pengaruh mediasi antara orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan manajemen pengetahuan dengan kinerja pemasaran. Disarankan agar pemerintah ikut andil dalam memberikan pendidikan kepada para pelaku usaha agar dapat meningkatkan kinerja pemasaran dan juga disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk memasukkan variabel lain diluar variabel penelitian ini yang diduga mampu mempengaruhi kinerja pemasaran.

Kata kunci : orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, manajemen pengetahuan, keunggulan bersaing, kinerja pemasaran.

ANALYSIS THE IMPACTS OF MARKET ORIENTATION, ENTREPRENEURIAL ORIENTATION, AND KNOWLEDGE MANAGEMENT THROUGH COMPETITIVE SUPERIORITY ON THE MARKETING PERFORMANCE OF COFFEE PROCESSING MSMEs IN TANAH DATAR REGENCY

Abstract

Marketing performance can be improved by making improvements to marketing and business management, business entrepreneurship, and increasing business competitive superiority. This study was aimed at describing the conditions and analyzing the influence of market orientation, entrepreneurial orientation, and knowledge management through competitive superiority on the marketing performance of Coffee Processing MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) in Tanah Datar Regency. The type of data used was cross section data. Data were obtained from questionnaires and interviews to 87 respondents. Research variables include market orientation, entrepreneurial orientation, knowledge management, competitive superiority, and marketing performance. Data were analyzed using the SEM (Structural Equation Model) analysis method using the SmartPLS 3.0 application. The results showed that MSMEs processing Coffee in Tanah Datar Regency had good market orientation, entrepreneurial orientation, and knowledge management, high competitive superiority, but had a low marketing performance. Market orientation, entrepreneurial orientation, and knowledge management affected the marketing performance. Competitive superiority did not affect the marketing performance. Market orientation and entrepreneurial orientation did not affect the competitive superiority. Knowledge management showed a positive and significant relationship with the competitive superiority of the business. Competitive superiority did not show mediating impacts between market orientation, entrepreneurial orientation, and knowledge management with marketing performance. It is recommended that the government take part in providing education to business actors in order to improve marketing performance and it is also recommended to the next researchers to include other variables outside of this research variables that are suspected to be able to affect marketing performance.

Keywords : Competitive Superiority, Entrepreneurial Orientation, Knowledge Management, Market Orientation, Marketing Performance.