

PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN KREATIVITAS TERHADAP KINERJA BISNIS PADA DISTRO YANG TERDAFTAR PADA KICK BANDUNG

*The Influence of Market Orientation and Creativity on Business Performance in
Distribution Outlet that is registered as KICK member in Bandung*

PANTRI CARTENTZ JAYA PANDIANGAN

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Komputer Indonesia, Bandung, Indonesia

Jalan Dipatiukur No.112-116, Kota Bandung, Jawa Barat 40132

Email : cartentzpandiangan@yahoo.co.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis, Kreativitas terhadap Kinerja bisnis, dan Orientasi pasar dan Kreativitas terhadap Kinerja Bisnis. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif dan verifikatif. Sampel dalam penelitian ini yaitu seluruh distro yang tergabung forum KICK Bandung sebanyak 80 responden dengan menggunakan teknik sampling jenuh. Sementara teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan wawancara. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Analisis Regresi dan Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji heteroskedastisitas, Analisis Korelasi, Uji F(simultan), dan uji T (parsial). Pengujian statistik pada penelitian ini yaitu menggunakan aplikasi software SPSS 21.0 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel Orientasi_pasar memberikan pengaruh terhadap Kinerja Bisnis sebesar 25,3%, sedangkan variabel Kreativitas memberikan pengaruh terhadap Kinerja Bisnis sebesar 36,8%, dan Orientasi Pasar dan Kreativitas memberikan pengaruh terhadap variabel Kinerja Bisnis sebesar 62,1%.

PENDAHULUAN

Bandung terkenal dengan sebutan kota Paris Van Java karena memiliki banyak pelaku industri kreatif hingga disebut juga sebagai Emerging creative city. Branding kota kreatif telah mampu mengangkat Kota Bandung menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan

mancanegara ataupun lokal serta sebagai penggerak perekonomian Jawa Barat.

Perkembangan distro di Bandung cukup menarik untuk diikuti karena hampir dibanyak tempat kita bisa melihat distro. Pada tahun 2007 diperkirakan ada sekitar 700 unit

usaha distro di Indonesia, dilihat dari sejarahnya distro merupakan industri kreatif yang dibangun oleh anak muda Indonesia. Semua berawal dari kota Paris Van Java, kota fashion di Indonesia yaitu Bandung.

Semenjak dunia jejaring sosial dan sosial media merajalela dan menguasai seluruh isi dunia, banyak hal yang bermunculan, baik hal-hal positif maupun hal-hal yang negatif, saling bersaing mencoba meraih tempat terbaik yang menjadi trend topic. Salah satu hal yang semakin berkembang saat ini adalah hadirnya beragam komunitas, mulai dari bidang hobi, profesi, sosok motivator, makanan, minuman, brand produk, dan lain sebagainya. Banyak komunitas yang mulai dikenal dan diliput oleh berbagai media, mulai dari media cetak hingga media televisi, mulai dari perbincangan dan obrolan biasa hingga seminar, mulai dari yang gratis hingga yang berbayar, dan semua komunitas itu bersaing satu sama lain. Begitu juga dengan distribution outlet, yang memiliki komunitasnya sendiri yang bernama KICK (Kreative Independent Clothing Community).

KICK adalah organisasi perkumpulan pengusaha-pengusaha distro yang

berada di kota Bandung. KICK adalah asosiasi brand indie clothing Indonesia dan bermarkas di Bandung. Secara rutin, setiap tahunnya KICK menyelenggarakan KICKFEST sebagai ajang silaturahmi antar pelaku atau pemilik brand dan juga konsumen yang sangat berpengaruh di kalangan anak muda. Dengan kekuatan dari brand-brand lokal yang telah dikenal masyarakat, tekad yang kuat dan perencanaan yang tepat dan matang menjadikan KICKFEST menjadi sebuah ajang yang selalu dinantikan.

Setiap tahunnya pengunjung yang hadir pada acara KICKFEST semakin bertambah karena KICKFEST setiap tahunnya semakin terkonsep dan semakin lebih variatif, barang yang ditawarkan juga sangat beragam karena semakin berkembangnya zaman, barang yang dikenalkan pun memiliki harga diskon yang cukup tinggi, selain itu pada acara KICKFEST pun tidak hanya menawarkan barang fashion saja. Tetapi juga menawarkan berbagai macam kuliner serta hiburan yang menampilkan artis ternama di Indonesia. Para peserta yang mengikuti KICKFEST terdiri dari 80-120 booth yang tidak hanya berasal dari Bandung, tetapi juga dari Surabaya, Jakarta, Malang dan Bali.

Dalam menjalankan suatu usaha, orientasi pasar yang tepat menjadi salah satu faktor penting untuk kesuksesan usaha dan juga Kreativitas agar bisnis tersebut dapat berjalan lancar karena Kreativitas yang kuat dapat membuat suatu bisnis menjadi kuat dan terarah.

Pada dasarnya wirausaha yang dijalankan tidak selalu memiliki hasil sesuai dengan yang diharapkan oleh pengusaha. Banyak pengusaha yang mengalami kerugian, bahkan sampai perusahaannya bangkrut. Tetapi tidak sedikit pula pengusaha yang berhasil, sampai perusahaan tersebut di jalankan turun menurun. Kebijakan dalam pengelolaan dan melakukan manajemen terhadap bisnis yang dilakukan dapat diukur oleh tolak ukur serta parameter tertentu.

Permasalahan mendasar yang dihadapi para pelaku bisnis ketika mengelola bisnis distro mereka yaitu, keterbatasan kualitas dari sumber daya manusia dan tingkat persaingan menjadi kelemahan bagi industri tekstil atau distro dalam mengembangkan bisnisnya.

KAJIAN PUSTAKA

Orientasi Pasar

Definisi mengenai orientasi pasar menurut Menurut Slater & Narver, (1994) dalam Raeni Dwi Santy & Eddy Soeryanto soegoto (2013:3) Orientasi pasar adalah hal yang penting bagi perusahaan seiring dengan meningkatnya persaingan global dan perubahan dalam persyaratan pelanggan di mana perusahaan menyadari bahwa mereka harus melakukannya selalu dekat dengan pasar.

Selanjutnya ada beberapa hal yang dapat dijadikan indikator dari Orientasi Pasar Menurut Naver dan Slater seperti dikutip Ricky (2015:1) Indikator dari Orientasi Pasar ialah :

- 1.Orientasi pada pelanggan,
- 2.Orientasi pada pesaing dan
- 3.Koordinasi antar fungsi.

Kreativitas

Definisi mengenai Kreativitas menurut Stoner, Freeman dan Gilbert dalam Deden A.Wahab Sya'roni, (2012:46) Menyatakan bahwa Kreativitas juga sebagai penghasil ide baru dan inovasi sebagai penerjemah ide baru perusahaan baru, produk baru, jasa baru, proses baru atau metode baru untuk memproduksi.

Selanjutnya ada beberapa hal yang dapat dijadikan indikator dari Kreativitas Menurut Stoner,

Freeman dan Gilbert, dalam (Lila Fitria Sari, 2013:113).

1. Ide Baru
2. Inovasi
3. Proses Kreativitas

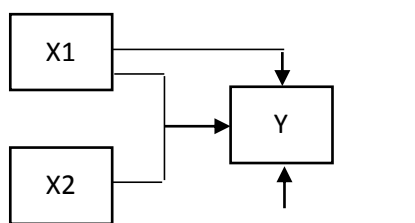
Kinerja Bisnis

Menurut Moeheriono (2009) dalam Bayu Sumantri dkk, (2013:259) pengertian kinerja atau performance merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi.

Selanjutnya ada beberapa hal yang dapat dijadikan indikator dari Kinerja Bisnis Menurut Moeheriono (2009) dalam Bayu Sumantri dkk, (2013:259)

1. Pertumbuhan Penjualan
2. Pertumbuhan Pelanggan
3. Keberhasilan Produk.

Kerangka Pemikiran



Hipotesis

H1: Diduga ada pengaruh antara Orientasi Pasar (X1) Terhadap Kinerja Bisnis (Y) Pada Distro yang terdaftar pada KICK Bandung

H2: Diduga ada pengaruh antara Kreativitas (X2) Terhadap Kinerja Bisnis (Y) Pada Distro yang terdaftar pada KICK Bandung

H3: Diduga ada pengaruh antara Orientasi Pasar (X1) dan Kreativitas (X2) Terhadap Kinerja Bisnis (Y) Pada Distro yang terdaftar pada KICK Bandung

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang digunakan merupakan metode deksriptif dan verifikatif. Metode deksriptif untuk menggambarkan dan menjelaskan Kinerja Bisnis (X1), Kreativitas (X2), dan Kinerja Bisnis (Y). Sedangkan metode verifikatif digunakan untuk menguji Orientasi Pasar (X1) dan Kreativitas (X2) terhadap Kinerja Bisnis (Y) secara parsial dan simultan. Jenis penelitian yang digunakan yaitu berupa penelitian deksriptif dan verifikatif.

Selanjutnya untuk penarikan sample menggunakan teknik *sampling jenuh*, yaitu seluruh distro yang terdaftar pada KICK Bandung sebanyak 80 responden. Data penelitian ini adalah data primer

dan sekunder. Lalu teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner, Observasi, dan diperkuat oleh wawancara.

Seperti yang telah dikemukakan oleh Sugiyono (2011: 147) menyatakan bahwa “Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”

Pada analisis verifikatif dikemukakan oleh Sugiyono (2007:14), menyatakan bahwa

”Metode Verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan benar atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan”

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Verifikatif

Untuk mencari pengaruh Orientasi Pasar dan Kreativitas terhadap Kinerja Bisnis, akan dianalisis dengan menggunakan analisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang kemudian dilanjutkan dengan uji korelasi, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis simultan dan parsial.

Analisis regresi linier berganda

Dari perhitungan regresi yang telah diolah diatas, maka diperoleh persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = 1,573 + 0,115X_1 + 0,434X_2$$

Koefisien yang terdapat pada persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- $b_0=1,573$ artinya jika kedua variabel bebas (X) bernilai konstan (nol) maka Kinerja Bisnis (Y) akan bernilai sebesar 1,573.
- $b_1= 0,115$ Artinya jika Orientasi Pasar (X1) meningkat sebesar

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,573	,724		2,171	,033
Orientasi Pasar (X1)	,115	,030	,386	3,835	,000
Kreativitas (X2)	,434	,096	,455	4,522	,000

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis (Y)

satu dan variabel lainnya konstan, maka Kinerja Bisnis (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,115.

- c. $b_2 = 0,434$ Artinya jika Kreativitas (X_2) meningkat sebesar satu dan variabel lainnya konstan, maka Kinerja Bisnis (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,434.

Analisis Korelasi

Dari pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Hubungan antara Orientasi Pasar dengan Kinerja Bisnis

Didapatkan hasil korelasi sebesar 0,704 berdasarkan kriteria korelasi (0,60 – 0,799) Orientasi Pasar dengan Kinerja Bisnis memiliki tingkat korelasi yang kuat.

2. Hubungan antara Kreativitas dengan Kinerja Bisnis

Didapatkan hasil korelasi sebesar 0,725 berdasarkan kriteria korelasi (0,60 – 0,799) Kreativitas dengan Kinerja Bisnis memiliki tingkat korelasi yang kuat.

Analisis Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel di halaman 100, diperoleh informasi bahwa R-square sebesar 0,602 atau 60,2%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa

Orientasi Pasar dan Kreativitas secara simultan dalam memberikan pengaruh terhadap variabel Kinerja Bisnis sebesar 60,2%. Sedangkan sisanya sebesar $100\% - 60,2\% = 39,8\%$ lainnya merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

Berdasarkan dari hasil perhitungan di atas, diketahui bahwa pengaruh terbesar 0,33 atau 33,0% berasal dari variabel Kreativitas (X_2) sedangkan variabel Orientasi Pasar (X_1) memberikan pengaruh sebesar 0,272 atau 27,2% terhadap Kinerja Bisnis (Y).

PENGUJIAN HIPOTESIS

1. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Dapat disimpulkan bahwa Orientasi Pasar dan Kreativitas sangatlah berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis karena, berdasarkan gambar pada halaman 102 dapat dilihat bahwa Fhitung sebesar (58,238) jauh lebih besar dibanding Ftabel (3,115) yaitu $58,238 > 3,11$. Orientasi Pasar yang dilakukan dengan orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi antarfungsi mampu memengaruhi Kinerja Bisnis. Begitu pula dengan kreativitas yang ditunjukkan ide baru, inovasi, proses kreativitas mampu memengaruhi Kinerja Bisnis.

2. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Dapat disimpulkan bahwa Orientasi Pasar sangat berpengaruh secara Signifikan terhadap Kinerja Bisnis karena, berdasarkan gambar dapat dilihat bahwa nilai thitung (3,835) > ttabel (1,991)

Dan dapat disimpulkan juga bahwa Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis karena berdasarkan gambar dapat dilihat bahwa nilai thitung(4,522) > ttabel (1,991)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Orientasi Pasar (X1) dan kreativitas (X2) terhadap Kinerja Bisnis (Y) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Orientasi Pasar Distro Yang terdaftar pada KICK secara rata – rata masuk kedalam kriteria cukup. Hal ini ditandai dengan persepsi responden dengan memberikan nilai tertinggi pada Koordinasi antar fungsi dan Orientasi pesaing memberikan nilai terendah. Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis dengan arah hubungan positif. Artinya, semakin baik Orientasi Pasar maka akan semakin meningkat kinerja Bisnis.

2. Kreativitas pada Distro yang terdaftar pada KICK Bandung secara rata – rata masuk kedalam kriteria cukup. Hal ini ditandai dengan persepsi responden dengan memberikan nilai tertinggi pada indikator Proses Kreativitas dan indikator Ide Baru memberikan nilai terendah. Kreativitas berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja Bisnis dengan arah positif. Artinya, semakin baik Kreativitas maka semakin meningkat Kinerja Bisnis.

3. Kinerja Bisnis Pada Distro yang terdaftar pada KICK Bandung sudah cukup. Bila dilihat berdasarkan indikator, tampak bahwa perentase skor tanggapan responden terhadap sebagian besar indicator termasuk dalam kategori cukup. Ketiga indikator Kinerja Bisnis yang termasuk dalam kategori Cukup karena Indikator pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pelanggan dan keberhasilan produk sangat menentukan kinerja bisnis.

4. Hasil pengujian hipotesis menunjukan Orientasi pasar (X1) dan Kreativitas (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis (Y). Hasil pengujian hipotesis menunjukan Orientasi pasar secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis dan Kreativitas juga berpengaruh signifikan terhadap kineja bisnis.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada maka, beberapa saran perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang Orientasi Pasar dan Kreativitas terhadap Kinerja Bisnis pada Distro yang terdaftar pada KICK Bandung berikut :

1. Orientasi Pasar Pada Distro yang Terdaftar pada KICK Bandung secara rata – rata masuk kedalam kriteria cukup. Bila dilihat berdasarkan indikator, tampak bahwa kemampuan mengarah hubungan arah positif. Para pelaku usaha sebaiknya meningkatkan nilai produk agar sesuai dengan keinginan pelanggan dengan cara mencari teknik atau cara baru dalam mengikuti trend luar negeri yang selalu diminati oleh pelanggan.
2. Kreativitas Pada Distro yang Terdaftar pada KICK Bandung secara rata – rata masuk kedalam kriteria cukup. Para pelaku usaha sebaiknya berusaha untuk menggali kreativitasnya untuk menggali ide – ide baru, dan memperluas lini produknya sehingga produk – produk yang sudah dipasarkan sekarang dapat memiliki manfaat atau kegunaan baru yang akan menambah nilai jual di mata konsumen.

3. Kinerja Bisnis Pada Distro yang Terdaftar pada KICK Bandung secara rata – rata masuk kedalam kriteria cukup. Hendaknya para pelaku usaha dapat memodifikasi dan membuat variasi produk yang baik agar pertumbuhan pada kinerja bisnis meningkat.

4. Distro yang Terdaftar pada KICK Bandung diharapkan mampu lebih meningkatkan kemampuan dan melengkapi logistic yang sudah signifikan baik parsial maupun simultan, agar kinerja bisnis pada Distro yang Terdaftar pada KICK Bandung dapat meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Bayu Sumantri dkk. 2013. *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kinerja Usaha Wirausaha Wanita: Suatu Studi Pada Industri Pangan Rumahan di Bogor*. Vol. 12 No.2.
- Deden A.wahab dan Janivita J.Sudirham.2012.*kreativitas dan inovasi penentu kompetensi pelaku usaha kecil, jurnal manajemen teknologi*, vol 11, no.1, 2012
- Lila Fitria Sari. 2013. *Pengaruh Orientasi pasar dan kreativitas terhadap Kinerja Pemasaran pedagang pakaian jadi di pasar kliwon Kabupaten Kudus*, Management Analysis Journal2.

Raeni Dwisanty (2013), *The Influence Of Product Innovation And Market Orientation To Competitive Advantage* (A Survey On Smes Batik Deden Tasikmalaya)

Ricky Valianto. 2015. "*Determinants of Capital Structure: Evidence from Listed Indonesian Companies.*"

Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Umi Narimawati. 2007. Riset Manajemen Sumber Daya Manusia Aplikasi & Contoh Perhitungannya. Jakarta Agung Media

Umi Narimawati. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi. Bandung: Agung Media.