

SKRIPSI

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN,
ORIENTASI PASAR, DAN KEUNGGULAN BERSAING
TERHADAP KEBERHASILAN BISNIS PELAKU
USAHA YANG MENGGUNAKAN JASA IMPOR
OCISTOK.COM**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA : ALBERD GUNAWAN GANDAWIJAYA

NIM : 115200057

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2023

SKRIPSI

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN,
ORIENTASI PASAR, DAN KEUNGGULAN BERSAING
TERHADAP KEBERHASILAN BISNIS PELAKU
USAHA YANG MENGGUNAKAN JASA IMPOR
OCISTOK.COM**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA : ALBERD GUNAWAN GANDAWIJAYA

NIM : 115200057

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : ALBERD GUNAWAN GANDAWIJAYA
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115200057
Program Studi : SI MANAJEMEN



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 20 Desember 2023



ALBERD GUNAWAN GANDAWIJAYA

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : ALBERD GUNAWAN GANDAWIJAYA
NIM : 115200057
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR,
DAN KEUNGGULAN BERSAING
TERHADAP KEBERHASILAN BISNIS
PELAKU USAHA YANG MENGGUNAKAN
JASA IMPOR OCISTOK.COM

Jakarta, 12 Desember 2023

Pembimbing,



(Lydiawati Soelaiman S.T., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : ALBERD GUNAWAN GANDAWIJAYA
NIM : 115200057
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR,
DAN KEUNGGULAN BERSAING
TERHADAP KEBERHASILAN BISNIS
PELAKU USAHA YANG MENGGUNAKAN
JASA IMPOR OCISTOK.COM

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 11 Januari 2024 dan dinyatakan lulus,
dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : - Edalmen. S.E.. M.M.
2. Anggota Penguji : - Lydiawati Soelaiman. S.T.. M.M.
- Rodhiah. Dra.. M.M.

Jakarta, 15 Januari 2024
Pembimbing,



(Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M.)

ABSTRACT

**TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA**

- (A) ALBERD GUNAWAN GANDAWIJAYA (115200057)
- (B) *THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION, MARKET ORIENTATION, AND COMPETITIVE ADVANTAGE ON THE BUSINESS SUCCESS OF ENTERPRISES THAT USE OCISTOK.COM IMPORT SERVICES PLATFORM.*
- (C) *xvi + 65 pages, 20 tables, 6 pictures, 11 attachments.*
- (D) **ENTREPRENEURSHIP**
- (E) *Abstract: In the midst of increasingly intense global competition, business actors must design innovative, proactive strategies and dare to take risks to maintain their existence in the market. This research aims to determine whether there is an influence that entrepreneurial orientation, market orientation, and competitive advantage have on business success for business actors who use OCISTOK.COM import services. This research uses a quantitative approach with sample selection using a non-probability sampling method with purposive sampling technique. Data was collected by distributing questionnaires online, namely google form. Based on the 60 data collected, the data was then processed using SmartPLS 3rd. The results of the outer loadings analysis show that all variables used in this research, such as entrepreneurial orientation, market orientation, competitive advantage, and business success are declared to meet the validity and reliability test criteria. Through the inner model test, it can be seen that entrepreneurial orientation, market orientation and competitive advantage have a positive and significant influence on business success for business actors who utilize OCISTOK.COM import services.*
- (F) *Keywords: Entrepreneurial Orientation; Market Orientation; Competitive Advantage; Business Success*
- (G) *References list 67 (1981-2023)*
- (H) Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JAKARTA

- (A) ALBERD GUNAWAN GANDAWIJAYA (115200057)
- (B) PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR, DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KEBERHASILAN BISNIS PELAKU USAHA YANG MENGGUNAKAN JASA IMPOR OCISTOK.COM.
- (C) xvi + 65 halaman, 20 tabel, 6 gambar, 11 lampiran
- (D) KEWIRAUSAHAAN
- (E) Abstrak: Di tengah persaingan global yang semakin intens, pelaku usaha harus merancang strategi yang inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko untuk mempertahankan eksistensi di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang diberikan oleh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan bisnis pada pelaku usaha yang menggunakan jasa impor OCISTOK.COM. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pemilihan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner secara *online*, yakni *google form*. Berdasarkan 60 data yang berhasil dikumpulkan, data kemudian diolah menggunakan *SmartPLS 3rd*. Hasil analisa *outer loadings* diketahui bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini, seperti orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, keunggulan bersaing, dan keberhasilan bisnis dinyatakan memenuhi kriteria uji validitas dan reliabilitas. Melalui uji *inner model* dapat diketahui bahwa orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan keunggulan bersaing memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan bisnis pada pelaku usaha yang memanfaatkan jasa impor OCISTOK.COM.
- (F) Kata Kunci: Orientasi Kewirausahaan; Orientasi Pasar; Keunggulan Bersaing; Keberhasilan Bisnis
- (G) Daftar acuan 67 (1981-2023)
- (H) Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M.

HALAMAN MOTTO

“Always be Happy, be Friendly, be Yourself, and Prove Who You Are”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk Mama, Papa, dan Kakak tercinta, serta pacar, sahabat, teman-teman seperjuangan, seluruh staff pengajar, dan dosen pembimbing yang terhormat.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan pada hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan anugerahNya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Bisnis Pelaku Usaha yang Menggunakan Jasa Impor OCISTOK.COM”, guna mencapai gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan, dorongan, masukan, dan semangat dari berbagai pihak sehingga dapat diselesaikannya skripsi ini. Untuk itu penulis berkesempatan ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada berbagai pihak, yaitu:

1. Ibu Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, tenaga, dan sabar dalam memberikan petunjuk, bimbingan, dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., MBA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Frangky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
4. Seluruh dosen, staf pengajar, dan staf administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah memberikan pengajaran ilmu kepada penulis.
5. Pihak-pihak OCISTOK.COM yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian dan pengumpulan data dalam menunjang pembuatan skripsi ini.
6. Segenap keluarga tercinta, yang telah memberikan dukungan moril maupun materil, motivasi, kasih sayang, semangat, dan doa sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan lancar.
7. Olivia Angelina selaku kekasih saya yang terus memberikan dukungan dengan tulus untuk berjuang menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas.

8. Segenap sahabat BBC (Bangka Bois Club) yang selalu memberikan semangat.
9. Kakak tersayang yang sudah memberikan kekuatan dan mendoakan, serta memberikan dukungan selama proses pengerjaan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, baik dari isi dan tata bahasa, mengingat akan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis akan menerima segala kritik dan saran yang berguna untuk menjadikan skripsi ini menjadi lebih baik. Akhir kata, penulis ingin mengucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membacanya.

Jakarta, 21 Desember 2023

Penulis,



Alberd Gunawan Gandawijaya

DAFTAR ISI

COVER SKRIPSI DALAM	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah	4
3. Batasan Masalah.....	4
4. Rumusan Masalah	4
B. Tujuan dan Manfaat	5
1. Tujuan Penelitian	5
2. Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
A. Gambaran Umum Teori	6
B. Definisi Konseptual Variabel.....	9
1. Orientasi Kewirausahaan (<i>Entrepreneurial Orientation</i>)	9
2. Orientasi Pasar (<i>Market Orientation</i>).....	9
3. Keunggulan Bersaing (<i>Competitive Advantage</i>).....	10

4.	Keberhasilan Bisnis (<i>Business Success</i>).....	11
C.	Kaitan Antar Variabel.....	11
1.	Kaitan antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Bisnis ..	11
2.	Kaitan antara Orientasi Pasar terhadap Keberhasilan Bisnis	12
3.	Kaitan antara Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Bisnis.....	12
D.	Penelitian yang Relevan.....	13
E.	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	14
BAB III METODE PENELITIAN		17
A.	Desain Penelitian	17
B.	Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel	17
1.	Populasi	17
2.	Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	17
C.	Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	18
1.	Orientasi Kewirausahaan	19
2.	Orientasi Pasar	19
3.	Keunggulan Bersaing	20
4.	Keberhasilan Bisnis.....	21
D.	Analisis Validitas dan Reliabilitas	22
1.	Validitas	22
a.	Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>)	22
b.	Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>).....	23
2.	Reliabilitas.....	24
E.	Analisis Data.....	25
1.	Pengujian <i>R-Square</i>	26
2.	<i>Predictive Relevance (Q²)</i>	26
3.	<i>Effect Size</i>	26
4.	<i>Path Coefficients</i>	26
5.	Evaluasi <i>Goodness of Fit</i>	27
6.	Uji <i>Bootstrapping</i>	27
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		28
A.	Deskripsi Subjek Penelitian	28

1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	28
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	29
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori Produk yang Dijual.....	30
B.	Deskripsi Objek Penelitian	30
1.	Orientasi Kewirausahaan	30
2.	Orientasi Pasar	31
3.	Keunggulan Bersaing	32
4.	Keberhasilan Bisnis.....	33
C.	Hasil Analisis Data	35
1.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	35
2.	Hasil Uji <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	35
3.	Hasil Uji <i>Effect Size</i> (F^2)	36
4.	Hasil Uji <i>Path Coefficients</i>	36
5.	Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	37
6.	Hasil Uji Hipotesis	37
a.	Uji Hipotesis Pertama.....	38
b.	Uji Hipotesis Kedua	39
c.	Uji Hipotesis Ketiga	39
D.	Pembahasan	39
BAB V PENUTUP		44
A.	Kesimpulan	44
B.	Keterbatasan dan Saran.....	44
1.	Keterbatasan	44
2.	Saran.....	45
a.	Saran Teoritis	45
b.	Saran Praktis	45
DAFTAR PUSTAKA		46
LAMPIRAN 1 KUESIONER.....		54
LAMPIRAN 2 HASIL OLAH DATA.....		60
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		64
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN		65

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	13
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	18
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Orientasi Kewirausahaan.....	19
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Orientasi Pasar.....	20
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Keunggulan Bersaing	20
Tabel 3.5 Operasionalisasi Variabel Keberhasilan Bisnis.....	21
Tabel 3.6 Hasil Uji AVE (<i>Average Variance Extracted</i>).....	22
Tabel 3.7 Hasil Uji <i>Outer Loadings</i>	22
Tabel 3.8 Hasil Uji <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT).....	23
Tabel 3.9 Rentang Kategori Reliabilitas	24
Tabel 3.10 Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i>	24
Tabel 4.1 Tanggapan Responden atas Orientasi Kewirausahaan.....	30
Tabel 4.2 Tanggapan Responden atas Orientasi Pasar.....	31
Tabel 4.3 Tanggapan Responden atas Keunggulan Bersaing	33
Tabel 4.4 Tanggapan Responden atas Keberhasilan Bisnis	33
Tabel 4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi	35
Tabel 4.6 Hasil Uji <i>Predictive Relevance</i>	36
Tabel 4.7 Hasil Uji <i>Effect Size</i>	36
Tabel 4.8 Hasil Uji <i>Path Coefficients</i>	37
Tabel 4.9 Hasil Uji Hipotesis	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Structure-Conduct-Performance</i>	8
Gambar 2.2 Model Penelitian	15
Gambar 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	28
Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	29
Gambar 4.3 Data Responden Berdasarkan Kategori Produk yang Dijual	30
Gambar 4.4 Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i>	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Uji <i>Outer Loadings</i>	60
Lampiran 2 Hasil Uji <i>Outer Loadings</i>	60
Lampiran 3 Hasil Uji <i>Path Coefficients</i>	61
Lampiran 4 Hasil Uji <i>R-Square</i>	61
Lampiran 5 Hasil Uji <i>F-Square</i>	61
Lampiran 6 Hasil Uji <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	61
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	61
Lampiran 8 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	62
Lampiran 9 Hasil Uji <i>Q-Square</i>	62
Lampiran 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Lampiran 11 Hasil Uji Multikolinearitas	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2023) diketahui bahwa sampai dengan bulan Juni 2023 nilai impor China di Indonesia telah mencapai US\$ 4,858,725,743.00. Tingginya permintaan impor produk dari China dikarenakan barang produksi dari China lebih murah dibandingkan negara lain (CNBCIndonesia, 2022). Kebijakan upah, produktivitas yang tinggi, dan kualitas pekerja yang tinggi juga menjadi alasan bahwa produk dari China dapat menguasai pasar internasional. Terlebih pemerintah China memberikan subsidi secara besar-besaran pada produk-produk ekspor untuk mempertahankan eksistensi pasar dan menambah pasar (Liputan6, 2023).

Sujatmiko (2020) menyatakan bahwa bisnis impor merupakan tindakan perdagangan internasional dimana barang atau produk dipasok dari luar negeri ke wilayah pabean Republik Indonesia (RI). Umumnya kegiatan ini dilakukan oleh individu atau perusahaan, dengan mematuhi hukum yang berlaku dan tujuan untuk dijual kembali ataupun digunakan untuk kepentingan pribadi. Kelebihan dari kegiatan impor adalah biaya produk yang lebih rendah dan pemasok yang cenderung terbuka untuk menjalin kerja sama dengan pelaku usaha kecil (Becvar, 2019).

Salah satu penyedia produk impor di Indonesia adalah PT. Ocommerce Capital Indonesia, yang lebih dikenal sebagai OCISTOK.COM. OCISTOK.COM merupakan salah satu perusahaan impor yang telah memenuhi berbagai standar dan peraturan impor. OCISTOK.COM juga telah melakukan kerjasama dengan beberapa *platform e-commerce* China yang telah mendunia, seperti Alibaba, 1688, dan Taobao. OCISTOK.COM menyediakan layanan aplikasi berbasis

website, yang menjadi *platform* belanja impor China yang mudah diakses. Para pelanggan dapat mencari dan memilih barang langsung dari pabrik dan *supplier* China sebagai tangan pertama melalui *website* OCISTOK.COM. Produk yang ditawarkan oleh OCISTOK.COM antara lain *fashion*, kecantikan, mainan, *gadget*, perlengkapan rumah tangga, alat olahraga, dan lain-lain.

OCISTOK.COM memberikan keunggulan dalam berbelanja, seperti kemudahan aplikasi, harga yang merupakan biaya *all in* mulai dari harga produk, ongkos kirim dari China dan lokal, pajak dan bea cukai, serta PPN dan servis. OCISTOK.com juga memberikan pembekalan kepada para konsumennya untuk mengikuti seminar terkait bisnis, fasilitas bebas ongkos kirim untuk daerah Jabodetabek, jaminan garansi, serta pelayanan konsultasi pribadi dan video *e-learning* untuk pemula yang ingin menjalankan bisnis impor. Melalui layanan jasa impor dari OCISTOK.COM, para pelanggan tidak perlu khawatir tentang kekurangan produk yang mungkin terjadi.

Terdapat ratusan ribu pengguna OCISTOK.COM yang menjadikan *platform* tersebut sebagai pemasok produk usaha mereka. Para pelaku usaha memanfaatkan *platform* tersebut tentunya bertujuan untuk mencapai keberhasilan bisnis. Keberhasilan bisnis dapat dijelaskan sebagai suatu kondisi dimana para pelaku usaha mampu dalam mencapai target yang telah disepakati sebelumnya, baik secara finansial maupun non-finansial (Nabila & Suharsono, 2023). Para pelaku usaha tentu harus memperhatikan beberapa faktor untuk mencapai keberhasilan bisnis, seperti orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh pelaku usaha, orientasi pasar, dan keunggulan bersaing.

Dengan adanya persaingan global yang semakin, menyebabkan para pelaku usaha menyusun strategi untuk mampu mempertahankan eksistensi di pasar dengan melakukan inovasi, proaktif, serta berani mengambil risiko. Strategi tersebut juga dapat diartikan sebagai orientasi

kewirausahaan, yaitu kemampuan yang dimiliki oleh pengusaha dalam mengukur peluang bisnis sehingga meningkatkan keberhasilan suatu bisnis yang dapat mempengaruhi keberlangsungan suatu usaha (Ranto, 2016). Orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik usaha dapat menentukan kinerja dari suatu usaha (Kusnadi & Utama, 2023).

Tidak hanya orientasi kewirausahaan, pelaku usaha juga harus memiliki kesadaran akan esensi orientasi pasar. Orientasi pasar tersebut merupakan upaya yang mendasari strategi dalam bisnis. Pelaku usaha harus dapat mengidentifikasi informasi pasar, mengidentifikasi kebutuhan, dan keinginan konsumen, serta memperhatikan kompetisi bisnis (Alwi & Handayani, 2018). Orientasi pasar menjadi bagian penting dalam perkembangan suatu bisnis dikarenakan saat ini kebutuhan dan keinginan konsumen terus mengalami perubahan sehingga pelaku usaha harus memperhatikan informasi baru tentang pasar terkini. Orientasi pasar dijadikan sebagai sesuatu yang sangat penting bagi keberadaan perusahaan yang berkelanjutan, mengingat meningkatnya persaingan global dan pergeseran kebutuhan pelanggan (Aulia *et al.*, 2019). Orientasi pasar berhubungan dengan penilaian kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga akan membawa perusahaan untuk meningkatkan keunggulan, serta meningkatkan kinerja bisnis (Sugiyarti, 2021).

Dalam menghadapi maraknya perdagangan internasional, setiap pengusaha juga harus mempertimbangkan keunggulan dalam bersaing. Keunikan produk atau barang menggabungkan nilai seni dengan selera pelanggan, sulit ditiru karena langka, dan harga terjangkau dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan untuk bersaing dengan harga di pasaran (Riany & Dahmiri, 2020). Setiap pelaku usaha harus dapat membaca dan memahami situasi kondisi pasar, serta minat konsumen agar dapat bersaing dengan perusahaan sejenis.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengetahui keberhasilan bisnis dari para pelaku usaha yang menggunakan

jasa impor OCISTOK.COM. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR, DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KEBERHASILAN BISNIS PELAKU USAHA YANG MENGGUNAKAN JASA IMPOR OCISTOK.COM”**.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjabaran yang terdapat dalam latar belakang, peneliti mengidentifikasi beberapa permasalahan. Berikut merupakan permasalahan yang teridentifikasi dalam penelitian ini:

- a. Apakah Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Keberhasilan Bisnis?
- b. Apakah Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Keberhasilan Bisnis?
- c. Apakah Keunggulan Bersaing berpengaruh terhadap Keberhasilan Bisnis?

3. Batasan Masalah

Dalam suatu penelitian diperlukan adanya batasan masalah agar penelitian yang dilakukan *valid* dan lebih terfokus. Adapun batasan permasalahan dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Subjek penelitian yang digunakan akan dibatasi pada pelaku usaha yang menggunakan jasa impor OCISTOK.COM. Adanya pembatasan pada subjek penelitian agar dalam proses pengumpulan data akan lebih efektif dan efisien baik dari segi waktu, biaya, dan tenaga.
- b. Objek penelitian yang akan dibahas pada penelitian ini adalah orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, keunggulan bersaing, dan keberhasilan bisnis.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan latar belakang maka dalam sub-pembahasan ini akan diuraikan rumusan permasalahan penelitian. Di bawah ini akan diuraikan rumusan masalah, seperti:

- a. Apakah Orientasi Kewirausahaan dapat mempengaruhi Keberhasilan Bisnis pada pelaku usaha yang menggunakan jasa impor OCISTOK.COM?
- b. Apakah Orientasi Pasar dapat mempengaruhi Keberhasilan Bisnis pada pelaku usaha yang menggunakan jasa impor OCISTOK.COM?
- c. Apakah Keunggulan Bersaing dapat mempengaruhi Keberhasilan Bisnis pada pelaku usaha yang menggunakan jasa impor OCISTOK.COM?

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris:

- a. Untuk mengetahui adakah pengaruh dari Orientasi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Bisnis pelaku usaha yang menggunakan jasa impor OCISTOK.COM.
- b. Untuk mengetahui adakah pengaruh dari Orientasi Pasar terhadap Keberhasilan Bisnis pelaku usaha yang menggunakan jasa impor OCISTOK.COM.
- c. Untuk mengetahui adakan pengaruh dari Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Bisnis pelaku usaha yang menggunakan jasa impor OCISTOK.COM.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi para pelaku usaha yang menggunakan jasa impor OCISTOK.COM untuk dapat mengukur tingkat Keberhasilan Bisnisnya selama mempergunakan jasa tersebut dengan memperhatikan Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Keunggulan Bersaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., Hartono, J., & Prabantini, D. (2015). *Partial Least Square (PLS) : alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam penelitian bisnis* (1st ed.). Andi Offset.
- Ali, G. A., Hilman, H., & Gorondutse, A. H. (2020). Effect of entrepreneurial orientation, market orientation and total quality management on performance. *Benchmarking: An International Journal*, 27(4), 1503–1531. <https://doi.org/10.1108/BIJ-08-2019-0391>
- Alwi, T., & Handayani, E. (2018). Keunggulan bersaing UKM yang dipengaruhi oleh orientasi pasar dan inovasi produk. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 193–202. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i3.256>
- Amelia, Jizenji Tyas Wirastomo, & BR, K. S. (2023). Pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, serta keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha pada UMKM depot air minum isi ulang (Studi kasus pada UMKM depot air minum isi ulang di Cikarang Pusat). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1368–1377. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1330>
- Andiyanto, F., & Miyasto, S. S. (2017). Analisis pengaruh orientasi pasar dan inovasi terhadap keunggulan bersaing dalam rangka meningkatkan kinerja bisnis (Studi empiris pada industri pakaian jadi skala kecil dan menengah di kabupaten Kudus). *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 1–20. <http://eprints.undip.ac.id/58423/>
- Arikan, A. M., & B.Barney, J. (2016). Resource-base view. In *The Palgrave Encyclopedia of Strategic Management* (1st ed., pp. 1–9). Palgrave Connect. https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1057/978-1-349-94848-2_512-1
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik* (6th ed.). Rineka Cipta.
- Aulia, R., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Meningkatkan kinerja pemasaran

- melalui orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 27–38.
<https://doi.org/10.30596/jimb.v20i1.2397>
- BadanPusatStatistik. (2023). *Data ekspor dan impor terbaru adalah data bulan Juni 2023*. Bps.Go.Id. <https://www.bps.go.id/exim/>
- Bamfo, B. A., & Kraa, J. J. (2019). Market orientation and performance of small and medium enterprises in Ghana: The mediating role of innovation. *Cogent Business & Management*, 6(1), 16.
<https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1605703>
- Becvar, M. (2019). *The import bible: The complete beginner's guide to succesful importig from China* (2019th ed.). Independently Published.
<https://importdojo.com/wp-content/uploads/2019/02/The-Import-Bible-2019-edition.pdf>
- CNBCIndonesia. (2022). *Ternyata ini penyebab harga barang “Made in China” bisa murah*. Cnbcindonesia.Com.
<https://www.cnbcindonesia.com/market/20220918161008-17-373026/ternyata-ini-penyebab-harga-barang-made-in-china-bisa-murah>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business research methods* (12th ed.). McGraw-Hill.
- Covin, J. G., Rigtering, J. P. C., Hughes, M., Kraus, S., Cheng, C.-F., & Bouncken, R. B. (2020). Individual and team entrepreneurial orientation: Scale development and configurations for success. *Journal of Business Research*, 112, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.02.023>
- Deng, S., & Dart, J. (1994). Measuring market orientation: A multi-factor, multi-item approach. *Journal of Marketing Management*, 10(8), 725–742.
<https://doi.org/10.1080/0267257X.1994.9964318>
- Frans, A., Dahmiri, D., & Indrawijaya, S. (2020). Pengaruh orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha pada rumah makan dendeng batokok di provinsi Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(3), 172–182.
<https://doi.org/10.22437/jmk.v9i03.12199>

- González-Benito, Ó., González-Benito, J., & Muñoz-Gallego, P. A. (2009). Role of entrepreneurship and market orientation in firms' success. *European Journal of Marketing*, 43(3/4), 500–522. <https://doi.org/10.1108/03090560910935550>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2017). Partial least squares structural equation modeling. In C. Homburg, M. Klarmann, & A. Vomberg (Eds.), *Handbook of Market Research* (pp. 1–40). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-1
- Hamel, C., & Wijaya, A. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha UKM Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4), 863–872. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9865>
- Hartato, F., & Handoyo, S. E. (2021). Pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan strategi bisnis terhadap kinerja bisnis kuliner. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 980–989. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13471>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. In *Advances in International Marketing* (1st ed., pp. 277–319). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S1474-7979\(2009\)0000020014](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014)
- Hung, R. Y. Y., Yang, B., Lien, B. Y.-H., McLean, G. N., & Kuo, Y.-M. (2010). Dynamic capability: Impact of process alignment and organizational learning culture on performance. *Journal of World Business*, 45(3), 285–294. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2009.09.003>
- Imam, G. (2009). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS* (4th ed.). Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Išoraitė, M. (2018). Brand image theoretical aspects. *Integrated Journal of*

- Business and Economics*, 2(1), 116–122.
<https://doi.org/10.33019/ijbe.v2i1.64>
- Khan, M. A., Zubair, D. S. S., Rathore, K., Ijaz, M., Khalil, S., & Muhammad. (2021). Impact of entrepreneurial orientation dimensions on performance of small enterprises: Do entrepreneurial competencies matter? *Cogent Business & Management*, 8(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/233119>
- Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. (1990). Market orientation: The construct, research propositions, and managerial implications. *Journal of Marketing*, 54(2), 1–18. <https://doi.org/10.2307/1251866>
- Kusnadi, F. R., & Utama, L. (2023). Pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi terhadap kinerja usaha pada UMKM batik Semarang. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 167–174.
- Kusuma, K. A. J., & Soelaiman, L. (2019). Faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha industri kreatif seni kriya di Bali. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(2), 242–249. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i2.5084>
- Lekmat, L., Selvarajah, C., & Hewege, C. (2018). Relationship between market orientation, entrepreneurial orientation, and firm performance in Thai SMEs: The mediating role of marketing capabilities. *International Journal of Business and Economics*, 17(3), 213–237. https://ijbe.fcu.edu.tw/assets/ijbe/past_issue/No.17-3/pdf/vol_17-3-2.pdf
- Liputan6. (2023). *Ternyata ini alasan barang china di sosial commerce dijual lebih murah.* Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5409932/ternyata-ini-alasan-barang-china-di-sosial-commerce-dijual-lebih-murah?page=3>
- Luján Salazar, L. A. (2017). The resource-based view and the concept of value: The role of emergence in value creation. *Mercados y Negocios*, 24(35), 27–46. <https://doi.org/10.32870/myn.v0i35.6265>
- Madhani, P. M. (2009). Resource based view (RBV) of competitive advantage: An overview. In *Resource Based View: Concepts and Practices* (1st ed., pp. 3–22). The Icfai University Press. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1578704

- Malhotra, N. K. (2009). Review of Marketing Research. In *Review of Marketing Research* (1st ed., pp. 9–16). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S1548-6435\(2008\)0000005004](https://doi.org/10.1108/S1548-6435(2008)0000005004)
- Margaretha, C., & Soelaiman, L. (2022). Entrepreneurial orientation, market orientation, and organizational culture on business performance. *Proceedings of the Tenth International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2021 (ICEBM 2021)*, 387–393. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220501.058>
- Merline, M., & Widjaja, O. H. (2022). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, dan inovasi terhadap keberhasilan UKM alumni dan mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2), 435–443. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18243>
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770–791. <https://doi.org/10.1287/mnsc.29.7.770>
- Nabila, B., & Suharsono, N. (2023). Pengaruh jaringan bisnis dan karakteristik wirausahawan terhadap keberhasilan usaha dengan minat usaha sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(4), 944–958. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i4.25395>
- Noervitasari, D., Andayani, S., & Mulyati, D. J. (2022). Pengaruh orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan industri logam di Waru Sidoarjo. *Seminar Nasional 2022*, 1(1), 91–95. <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/snhs/article/view/819>
- Nurhadi, D., & Wulandari, S. S. (2023). Pengaruh literasi digital, karakter kewirausahaan dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan berwirausaha pada anggota AWBE Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 16(1), 34–43. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.17977/UM014v16i12023p034>
- Porter, M. E. (1981). The contributions of industrial organization to strategic management. *The Academy of Management Review*, 6(4), 609–620. <https://doi.org/10.2307/257639>
- Prifti, R., & Alimehmeti, G. (2017). Market orientation, innovation, and firm performance—an analysis of Albanian firms. *Journal of Innovation and*

- Entrepreneurship*, 6(1), 1–19. <https://doi.org/10.1186/s13731-017-0069-9>
- Primiana, I. (2009). *Menggerakkan sektor riil UKM & industri*. Alfabeta.
- Radomska, J., Wołczek, P., & Szpulak, A. (2021). Injecting courage into strategy: The perspective of competitive advantage. *European Business Review*, 33(3), 505–534. <https://doi.org/10.1108/EBR-12-2019-0306>
- Ranto, D. W. P. (2016). Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(2), 1–11. <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/45>
- Riany, A. I., & Dahmiri, D. (2020). Pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keunggulan bersaing (Studi kasus wedding organizer hastina puspita decoration kota Jambi). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(2), 94–104. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i2.12038>
- Rini, R., Lisnini, L., Maretha, F., & Pebrianti, Y. (2020). Pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan orientasi pembelajaran terhadap keunggulan bersaing dan kinerja usaha (Studi pada usaha kecil pengolah makanan di kota Palembang). *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 15–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.3952876>
- Risnawati, & Noermijati. (2011). Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja organisasi koperasi: Orientasi pasar sebagai variabel intervening (Studi pada koperasi primer di kota Palu, Sulawesi Tengah). *JAM: Jurnal Aplikasi Manajemen*, 9(3), 172–182. <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/361>
- Rohmah, E. N., & Ciptono, W. S. (2022). *Orientasi kewirausahaan dan integrasi pengetahuan terhadap keberhasilan usaha waralaba pada sektor makanan dan minuman di Indonesia: Ikatan dan pembelajaran eksploratif sebagai variabel moderasi* [Universitas Gadjah Mada]. <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/209704>
- Saiman, L. (2014). *Kewirausahaan: Teori, praktik, dan kasus-kasus* (2nd ed.). Salemba Empat.
- Šályová, S., Táborecká-Petrovičová, J., Nedelová, G., & Ďaďo, J. (2015). Effect

- of marketing orientation on business performance: A study from slovak foodstuff industry. *Procedia Economics and Finance*, 34, 622–629. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)01677-9](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01677-9)
- Saragih, S., & Ramadini, F. (2018). *Pengaruh orientasi kewirausahaan dan saluran distribusi terhadap keberhasilan usaha pada UKM kopi di kecamatan Purba, kabupaten Simalungun* [Universitas Sumatera Utara]. <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/6113>
- Sefnedi, S. (2017). The market orientation and performance relationship: An empirical study in private universities. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 12(1), 19–39. <https://doi.org/10.19166/derema.v12i1.331>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Wiley & Sons. <https://www.scirp.org/journal/doi.aspx?doi=10.4236/vp.2023.92003>
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarPLS 3.0: Untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis* (1st ed.). Andi Offset.
- Simatupang, B. (2013). Tinjauan komplementer pengaruh teori market-based view (MBV) dan resource-based view (RBV) terhadap strategi dan kinerja perusahaan. *Binus Business Review*, 4(1), 322–330. <https://media.neliti.com/media/publications/167751-ID-tinjauan-komplementer-pengaruh-teori-mar.pdf>
- Slamet, F., Tunjungsari, H. K., & Ie, M. (2018). *Dasar-dasar kewirausahaan: Teori dan praktik* (B. Sarwiji (ed.); 3rd ed.). Indeks.
- Sondra, T. C., & Widjaja, O. H. (2021). Pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan inovasi terhadap kinerja usaha UKM bidang konveksi di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 500–508. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i2.11897>
- Stojanovic, B., & Kostic, M. (2013). Competition policy and the impact of market structure on companies' profitability. *Ekonomika Preduzeca*, 61(5–6), 325–338. <https://doi.org/10.5937/ekopre1306325S>

- Sugiyarti, G. (2021). Membangu keunggulan bersaing produk melalui orientasi pembelajaran, orientasi pasar dann inovasi produk (Studi empiris pada industry pakaian jadi skala kecil dan menengah di kota Semarang). *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 4(2), 110–124. <https://123dok.com/document/zk7lkreq-membangun-keunggulan-bersaing-melalui-orientasi-pembelajaran-orientasi-semarang.html>
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujatmiko, H. (2020). Analisis pengembangan bisnis impor di Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan*, 11(2), 169–176.
- Tahseen, H. U., Mescia, L., & Catarinucci, L. (2023). A survey of five generations of MIMO multiband base station antennas. *Radio Science*, 58(7), 1–17. <https://doi.org/10.1029/2023RS007725>
- Tjahjadi, B., Soewarno, N., Hariyati, H., Nafidah, L. N., Kustiningsih, N., & Nadyaningrum, V. (2020). The role of green innovation between green market orientation and business performance: Its implication for open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 173. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040173>
- Utama, L., & Hartono, M. V. A. (2018). Pengaruh sumber daya pemilik waralaba terhadap kinerja penerima waralaba dengan orientasi kewirausahaan sebagai mediasi. *Conference on Management and Behavioral Studies*, 97–106. <https://docplayer.info/127080759-Pengaruh-sumber-daya-pemilik-waralaba-terhadap-kinerja-penerima-waralaba-dengan-orientasi-kewirausahaan-sebagai-mediasi.html>
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171–180. <https://doi.org/10.1002/smj.4250050207>
- Zahra, S. A. (2008). Being entrepreneurial and market driven: Implications for company performance. *Journal of Strategy and Management*, 1(2), 125–142. <https://doi.org/10.1108/17554250810926339>