

Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Kompetensi terhadap Kinerja Usaha Pengusaha Barang Bekas di Pajak Melati

The Influence of Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, and Competence on the Business Performance of Used Goods Entrepreneurs in Pajak Melati

Johannes Rivaldo Sirait, Amrin Mulia Utama Nasution, & Nur Aisyah

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja usaha pada pengusaha barang bekas di Pajak Melati Medan. Jenis penelitian digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian adalah seluruh pelaku usaha di Pajak Melati Medan. Sampel pada penelitian ini menggunakan non-probability sampling dengan jenis sampel purposive sampling, teknik sampling menggunakan metode pengambilan sampel dimana peneliti memilih sampel sesuai dengan kriteria menggunakan sampel insidental / accidental sampling. Berdasarkan penentuan kriteria tersebut terdapat 30 responden. Hasil penelitian yaitu hasil nilai Fhitung sebesar 45,508, sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($45,508 > 2,60$) dan nilai $sig = 0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil penelitian maka ada pengaruh secara simultan antara variabel orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja usaha. Ketiga elemen tersebut bila digabungkan maka pengusaha tidak hanya dapat memenuhi harapan pelanggan dengan lebih baik, tetapi juga mengelola risiko dan menciptakan nilai tambah, yang secara keseluruhan berkontribusi pada peningkatan kinerja usaha mereka di lingkungan pasar yang kompetitif.

Kata Kunci: Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Kompetensi Kewirausahaan, dan Kinerja Usaha.

Abstract

This study aims to determine the effect of entrepreneurial competence on business performance in second-hand goods entrepreneurs in Medan's Melati Tax. The type of research used in this research is quantitative research with a causal associative approach. The population in the study were all business actors at Pajak Melati Medan. The sample in this study used non-probability sampling with purposive sampling type, sampling technique using a sampling method where the researcher selects the sample according to the criteria using incidental sampling / accidental sampling. Based on the determination of these criteria there were 30 respondents. The results of the study are the results of the Fhitung value of 45.508, so that $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($45.508 > 2.60$) and sig value = $0.000 < 0.05$. Based on the research results, there is a simultaneous influence between market orientation variables, entrepreneurial orientation, and entrepreneurial competence on business performance. The three elements when combined, entrepreneurs can not only better meet customer expectations, but also manage risk and create added value, which overall contributes to improving their business performance in a competitive market environment.

Keywords: Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, Entrepreneurial Competence, and Business Performance.

How to Cite: Sirait, J. R., Nasution, A. M. U., & Aisyah, N. (2025). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada Pengusaha Barang Bekas di Pajak Melati Medan. *Economics, Business and Management Science Journal*, 5(2) 2025: 342-354.

*E-mail: :

ISSN 2775-3794 (Online)



<https://mahesacenter.org/>



ebmsjournal@gmail.com

342



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia telah menjadi sangat strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional. UMKM tidak hanya menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi daerah. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM (2024), jumlah unit usaha mikro, kecil, dan menengah terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, disertai dengan peningkatan jumlah tenaga kerja yang diserap. Kontribusi UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB) nasional juga cukup signifikan. Namun demikian, tantangan yang dihadapi sektor ini tidaklah sedikit, terutama berkaitan dengan daya saing, adaptasi terhadap perubahan pasar, serta kualitas sumber daya manusia sebagai penggerak utama kegiatan usaha.

Salah satu fenomena menarik dalam sektor UMKM di Indonesia adalah maraknya aktivitas perdagangan barang bekas impor yang berkembang pesat di berbagai kota besar, termasuk Kota Medan (Daulay, 2018; Firdaus, 2023; Munizu et al., 2023). Di kota ini, keberadaan pasar tradisional seperti Pajak Melati, yang dikenal luas sebagai pusat penjualan pakaian bekas atau yang populer disebut "monza" (mongonsidi plaza), menjadi bagian integral dari dinamika ekonomi masyarakat urban (Gibran Dasopang, 2021). Pasar ini menjajakan berbagai barang impor bekas dari negara-negara tetangga seperti Malaysia, Singapura, hingga Korea Selatan dan Tiongkok. Barang-barang ini dijual dengan harga yang jauh lebih terjangkau dibandingkan produk baru, dan memiliki daya tarik tersendiri karena seringkali masih layak pakai serta memiliki nilai estetika atau merek ternama.

Gaya hidup masyarakat urban yang semakin konsumtif namun tetap mempertimbangkan aspek ekonomis menjadi salah satu pendorong berkembangnya pasar barang bekas (Solihin, 2015). Fenomena ini tidak hanya berkaitan dengan konsumsi, tetapi juga menciptakan peluang ekonomi baru, di mana masyarakat dengan modal terbatas dapat menjalankan usaha sebagai penjual barang bekas (Ali Akbar Alkatili et al., 2022). Namun demikian, keberhasilan usaha ini tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan barang atau lokasi strategis, melainkan juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam memahami kebutuhan pasar (orientasi pasar), bersikap inovatif dan proaktif (orientasi kewirausahaan), serta memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menjalankan usaha (kompetensi kewirausahaan) (Diansari & Rahmanto, 2020; Tambunan, 2020; Vijayanti & Yasa, 2018).

Kinerja usaha sebagai indikator keberhasilan pelaku UMKM sangat dipengaruhi oleh ketiga faktor tersebut (Ananda et al., 2023; Dhamayantie & Fauzan, 2017). Orientasi pasar merupakan kerangka pikir yang berpusat pada pelanggan, yaitu kemampuan untuk mengenali, memahami, dan merespon keinginan serta kebutuhan konsumen secara tepat waktu (Endrik Andika, 2019; Zaini & Handoyo, 2021a). Dalam konteks perdagangan barang bekas, orientasi pasar dapat tercermin dari bagaimana pelaku usaha memilih produk yang diminati pasar, menetapkan harga yang kompetitif, serta memberikan pelayanan yang memuaskan. Selanjutnya, orientasi kewirausahaan merujuk pada sikap dan perilaku kewirausahaan yang mencakup inovasi, proaktivitas, dan keberanian mengambil risiko. Pelaku usaha barang bekas yang memiliki orientasi kewirausahaan tinggi akan cenderung lebih adaptif terhadap perubahan tren pasar, berani mencoba strategi pemasaran baru, serta mengembangkan variasi produk yang ditawarkan.

Selain itu, kompetensi kewirausahaan merupakan aspek krusial yang menghubungkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap pengusaha dalam mengelola usaha secara efektif. Kompetensi ini mencakup kemampuan dalam perencanaan bisnis, manajemen keuangan, pemasaran, hingga pengelolaan sumber daya manusia (Fandy et al., 2021). Dalam konteks usaha barang bekas, penguasaan kompetensi ini memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan seleksi barang yang tepat, melakukan negosiasi harga dengan pemasok, serta membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Kurangnya kompetensi akan membuat pelaku usaha sulit untuk bertahan, apalagi bersaing dengan penjual barang bekas daring (*online thrift store*) yang saat ini kian marak (Park et al., n.d., 2020; Seo & Kim, 2019).



Meskipun ketiga faktor tersebut telah banyak dikaji dalam literatur manajemen dan kewirausahaan, penelitian yang secara khusus meneliti keterkaitannya dengan kinerja usaha pelaku usaha barang bekas di pasar tradisional seperti Pajak Melati Medan masih sangat terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih fokus pada UMKM formal, sektor kuliner, atau industri kreatif, sementara pelaku usaha informal di sektor barang bekas belum banyak mendapat perhatian. Padahal, sektor ini memiliki potensi besar sekaligus tantangan unik, mengingat karakteristik konsumen yang berbeda, dinamika harga barang yang fluktuatif, serta keterbatasan akses terhadap pelatihan dan modal usaha.

Penelitian mengenai pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja usaha telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, yang memberikan kontribusi penting bagi pemahaman akademik dalam bidang manajemen usaha kecil. Mufaqqoh & Anisa (2022) melakukan penelitian pada UMKM bakso di Kota Medan dan menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha, baik secara langsung maupun melalui mediasi kompetensi kewirausahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan berinovasi dan bertindak proaktif yang dimiliki pelaku usaha dapat mendorong peningkatan kompetensi manajerial, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap performa bisnis. Selanjutnya, Zaini & Handoyo (2021a) dalam penelitiannya terhadap usaha kuliner di Jakarta Barat menemukan bahwa orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan kompetensi kewirausahaan memiliki pengaruh simultan dan parsial yang signifikan terhadap kinerja usaha. Studi ini menegaskan bahwa pemahaman terhadap kebutuhan pasar, sikap kewirausahaan, dan kemampuan teknis kewirausahaan merupakan faktor-faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM. Sementara itu, Nobelson et al. (2023) dalam penelitiannya pada UMKM yang dikelola oleh perempuan mengungkapkan bahwa orientasi kewirausahaan tidak hanya berdampak langsung terhadap kinerja usaha, tetapi juga melalui penguatan kompetensi kewirausahaan. Ketiga studi ini menjadi dasar penting bagi penelitian ini, sekaligus menunjukkan adanya konsistensi pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap kinerja usaha, khususnya dalam konteks UMKM di sektor informal. Namun, penelitian yang secara khusus menyoroti pelaku usaha barang bekas di pasar tradisional seperti Pajak Melati Medan masih terbatas, sehingga studi ini diharapkan mampu mengisi celah tersebut.

Permasalahan lain yang juga muncul adalah bagaimana legalitas perdagangan barang bekas impor ini masih menjadi perdebatan. Meskipun secara hukum dilarang, praktik ini tetap berlangsung secara terbuka dan telah menjadi bagian dari ekosistem ekonomi lokal. Dalam kondisi demikian, pelaku usaha perlu memiliki kecakapan yang tinggi dalam membaca peluang pasar, sekaligus mengelola risiko usaha yang muncul dari ketidakpastian regulasi dan persaingan harga. Mereka juga dituntut untuk terus meningkatkan kinerja usahanya agar tidak kalah bersaing, terutama dengan berkembangnya platform digital yang memungkinkan penjualan barang bekas dilakukan secara lebih luas, bahkan lintas daerah.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja usaha para pengusaha barang bekas di Pajak Melati Medan. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dan analisis asosiatif kausal, yang memungkinkan peneliti untuk menguji secara simultan maupun parsial pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Fokus pada pelaku usaha di Pajak Melati Medan dipilih karena kawasan ini merupakan salah satu pusat perdagangan barang bekas terbesar dan terpadat di Kota Medan, sehingga menjadi representasi yang relevan dalam menggambarkan fenomena yang diteliti.

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur mengenai manajemen UMKM, khususnya yang bergerak di sektor informal dan perdagangan barang bekas. Penelitian ini juga memberikan gambaran empiris tentang pentingnya integrasi antara orientasi pasar, semangat kewirausahaan, dan kompetensi individu dalam menciptakan kinerja usaha yang berkelanjutan. Dari sisi praktis, temuan dari penelitian ini dapat dijadikan dasar oleh pemerintah daerah, lembaga pendamping UMKM, dan pelaku industri untuk menyusun program peningkatan kapasitas yang sesuai dengan kebutuhan

nyata pelaku usaha. Misalnya melalui pelatihan pemasaran digital, pengelolaan keuangan sederhana, atau peningkatan kemampuan dalam membangun relasi bisnis yang sehat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara variabel independen dan dependen. Penelitian dilaksanakan di Pajak Melati Medan, Jalan Bunga Sakura, Tanjung Selamat, Kecamatan Medan Tuntungan selama periode April hingga Agustus 2022.

Populasi penelitian adalah seluruh pelaku usaha di Pajak Melati Medan. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan jenis purposive sampling dan penerapan accidental sampling berdasarkan kriteria: usaha telah beroperasi lebih dari 3 tahun, memiliki omzet minimal Rp 5.000.000 per bulan, dan menawarkan lebih dari 3 jenis varian barang. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 30 responden sebagai sampel penelitian.

Variabel penelitian meliputi kinerja usaha (Y) sebagai variabel dependen dengan indikator pertumbuhan penjualan, tenaga kerja, laba, dan modal; serta tiga variabel independen yaitu orientasi pasar (X1), orientasi kewirausahaan (X2), dan kompetensi kewirausahaan (X3). Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert untuk memperoleh data primer.

Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 26.0 dengan teknik analisis regresi linear berganda dengan model $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$. Sebelum analisis regresi, dilakukan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov, uji multikolinearitas dengan nilai tolerance dan VIF, serta uji heteroskedastisitas menggunakan Scatter Plot. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t) dan koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

a. Karakteristik Berdasarkan Usia

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	18-24 tahun	10	22,2%
2	25-34 tahun	15	33,3%
3	35-44 tahun	10	22,2%
4	45-54 tahun	5	11,1%
5	>55 tahun	5	11,1%
		45	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 2025

Berdasarkan hasil data yang terdapat dalam tabel 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang paling banyak yaitu berusia 25-34 tahun dengan responden berjumlah 15 orang, berusia 18-24 tahun berjumlah 10 orang, berusia 35-44 tahun berjumlah 10 orang, dan yang lebih dari 55 tahun sebanyak 5 orang. Dapat disimpulkan yang mendominasi pengusaha barang bekas di Pajak Melati Medan sebanyak 25-34 tahun. Hal tersebut merupakan usia produktif untuk melakukan kegiatan usaha.

b. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil dari jawaban kuesioner yang diberikan oleh responden diperoleh data jenis kelamin sebagai berikut :

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Perempuan	25	55,6%
2	Laki-laki	20	44,4%
		45	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 2025

Bedasarkan data dari tabel diatas terlihat bahwa responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 25 orang dengan nilai (55,6%), sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah (44,4%). Yang artinya pada penelitian ini didominasi oleh perempuan dikarenakan yang lebih banyak menjadi pengusaha barang bekas adalah perempuan.

c. Karakteristik Berdasarkan Pengalaman Kerja

Hasil dari jawaban kuesioner yang diberikan oleh responden diperoleh data pengalaman kerja sebagai berikut

Tabel 3. Lama Pengalaman Kerja

No	Pengalaman Kerja	Jumlah	Persentase
1	5-9 tahun	15	33,3%
2	10-14 tahun	12	26,7%
3	15-19 tahun	8	17,8%
4	20-24 tahun	6	13,3%
5	>25 tahun	4	8,9%
		45	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 2025

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan bertujuan untuk melihat apakah berdistribusi normal atau tidak normal. Pada uji normalitas dapat dilihat dengan menganalisis grafik yang di dapat dari pengujian yang telah dilakukan melalui spss yaitu uji kolmogrow- smirnov, histogram dan grafik normality probability plot.

a) Uji Normalitas Kolmogrow-Smirnov

Yang menjadi pedoman dalam penelitian ini merupakan variabel Y yaitu Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan uji Kolmogrow-Smirnov dimana jika nilai Sign > 0,05 maka berdistribusi normal dan jika nilai Sign < 0,05 maka dapat berdistribusi tidak normal.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Kolmogrow-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.60447212
Most Extreme Differences	Absolute	.111
	Positive	.111
	Negative	-.079
Test Statistic		.111
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200c,d

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 2024

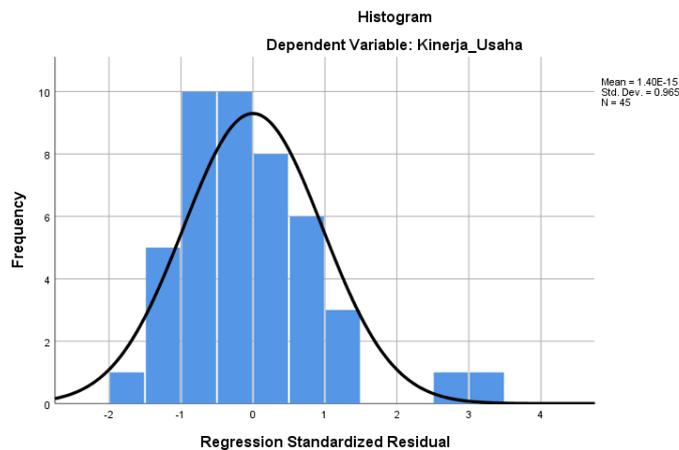
- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Bedasarkan hasil uji normalitas *Kormogrov-Smirnov* pada tabel di atas diketahui bahwa nilai *unstandardized residul* memiliki nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 yang artinya dapat dikatakan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi secara normal karena sig > 0,05.

b. Diagram Histogram

Untuk melihat apakah data terdistribusi normal pada analisis grafik histogram dapat dilihat dengan grafik histogram berbentuk lonceng (*Bell Shaped*) dan apabila grafik menunjukkan

kemiringan ke kanan maupun ke kiri dapat diartikan bahwa data tidak terdistribusi dengan normal.



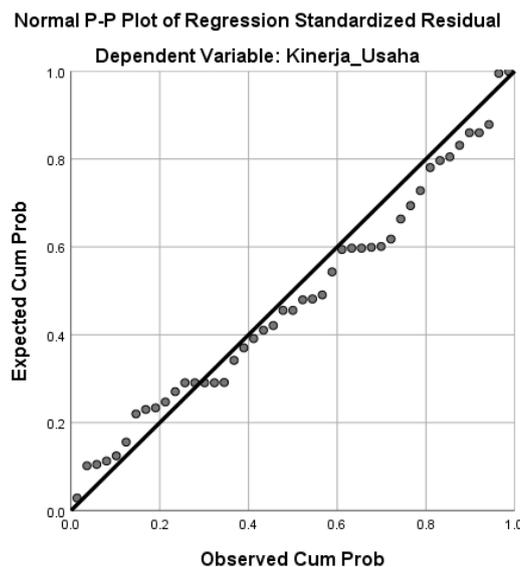
Gambar 1. Grafik Histogram
Sumber : Hasil Pengolahan Data 2025

Bedasarkan grafik histogram pada gambar 4.2 diketahui bahwa data dinyatakan normal, hal tersebut dapat dikatakan normal karena memiliki keseimbangan ke kanan dan ke kiri dimana *regression standardized residual* membentuk gambar seperti lonceng pada gambar 4.2 diatas.

c. Grafik Normality Probability Plot

Pada grafik normality probability plot terdapat beberapa ketentuan yang digunakan untuk menunjukkan apakah data yang dinyatakan normal atau tidak normal sebagai berikut :

1. Apabila hasil data grafik *normality probability plot* menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas.
2. Apabila hasil data grafik *normality probability plot* menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.



Gambar 2. Grafik Normality Probability Plot
Sumber : Hasil Pengolahan Data 2025

Bedasarkan hasil uji grafik gambar 4.5 grafik *normality probability plot* diketahui bahwa data dinyatakan normal, hal tersebut terlihat dari kurva *normality probability plot* yang memiliki pola distribusi yang menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

Hasil Pengujian Multikolinieritas

Penting untuk menguji multikolinieritas pada sebuah penelitian karena pada asumsinya variabel bebas independen (independen) harus terbebas dari gejala multikolinieritas tersebut. Uji multikolinieritas dilakukan untuk dapat mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel independen. Dimana jika Tolerance > 0,1 dan Variance Inflation Factor (VIF) < 10 maka tidak terjadi indikasi multikolinieritas. Maka adapun hasil pengujian multikolinieritas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut di bawah ini:

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficientsa		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Orientasi_Pasar	1.000	1.000
	Orientasi_Kewirausahaan	.830	1.205
	Kompetensi_Kewirausahaan	.830	1.204

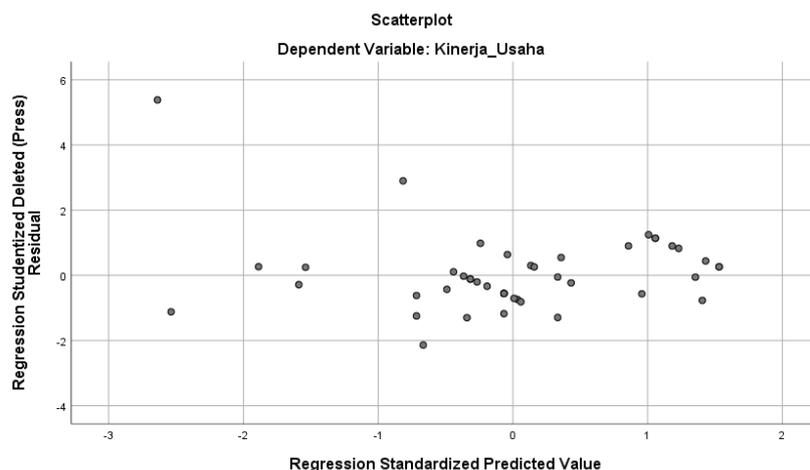
a. Dependent Variable: Kinerja_Usaha

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 2025

1. Pada orientasi pasar (X1) mendapat nilai tolerance sebesar 1,000 dan nilai VIF sebesar 1,000. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel orientasi pasar tidak mengalami masalah multikolinieritas karena nilai tolerance lebih tinggi dari dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10.
2. Pada orientasi kewirausahaan (X2) mendapat nilai tolerance sebesar 0,830 dan nilai VIF 1,205. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan tidak mengalami masalah multikolinieritas karena nilai tolerance lebih tinggi dari dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10.
3. Pada kompetensi kewirausahaan (X3) mendapat nilai tolerance sebesar 0,830 dan nilai VIF 1,204. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kompetensi kewirausahaan tidak mengalami masalah multikolinieritas karena nilai tolerance lebih tinggi dari dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10.

Hasil Pengujian Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas yaitu perbedaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya dengan grafik *scatter plots* artinya terjadi heteroskedastisitas, namun terjadi pola yang jelas maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Berikut ini grafik *scatter plots* dari hasil pengujian yang telah dilakukan.



Gambar 3 Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas



Gambar di atas grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dengan tidak adanya pola yang jelas serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas, sehingga model ini layak dipakai untuk memprediksi berdasarkan masukan variabel independen.

Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil olahan data tersebut, maka dapat dilihat model hubungan dari analisis linear berganda dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.12

Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized		Standardized		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	6.198	3.449		1.797	.080
	Orientasi_Pasar	.365	.078	.350	4.657	.000
	Orientasi_Kewirausahaan	.658	.067	.805	9.774	.000
	Kompetensi_Kewirausahaan	.584	.071	.677	8.219	.000

a. Dependent Variable: Kinerja_Uusaha

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 2025

Coefficients regresi diperoleh :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 6,198 + 0,365X_1 + 0,685X_2 + 0,584X_3$$

Bedasarkan persamaan regresi linear berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta (α) diperoleh nilai sebesar 6,198, hal itu menunjukkan bahwa variabel independen X_1 (orientasi pasar), X_2 (orientasi kewirausahaan), dan X_3 (kompetensi kewirausahaan) berpengaruh secara positif.
2. Pada koefisien X_1 (b_1) diperoleh nilai sebesar 0,365, hal itu menunjukkan bahwa variabel independen X_1 (orientasi pasar) berpengaruh positif terhadap variabel Y (kinerja usaha).
3. Pada koefisien X_2 (b_2) diperoleh nilai sebesar 0,685, hal itu menunjukkan bahwa variabel independen X_2 (orientasi kewirausahaan) berpengaruh positif terhadap variabel Y (kinerja usaha).
4. Pada koefisien X_3 (b_3) diperoleh nilai sebesar 0,584, hal itu menunjukkan bahwa variabel independen X_3 (kompetensi kewirausahaan) berpengaruh positif terhadap variabel Y (kinerja usaha).

Hasil Pengujian Hipotesis

a. Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Dilakukan pengujian Uji Parsial (Uji t) bertujuan untuk menguji sebuah pengaruh secara parsial antara variabel independen X_1 (orientasi pasar), X_2 (orientasi kewirausahaan), dan X_3 (kompetensi kewirausahaan) terhadap variabel dependen Y (kinerja usaha) dengan mengasumsikan bahwa variabel lainnya akan dianggap konstan, dengan tingkat $\alpha = 0,05$

Dimana :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel} = H_0$ ditolak dan H_1 diterima
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel} = H_0$ diterima dan H_1 ditolak

Taraf signifikan (α) = 5% dengan derajat kesalahan (df) = (n- k-1) N = 45 K = 3 $t_{tabel} = 2,019$.

Tabel 6. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a



Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.198	3.449		1.797	.080
	Orientasi_Pasar	.365	.078	.350	4.657	.000
	Orientasi_Kewirausahaan	.658	.067	.805	9.774	.000
	Kompetensi_Kewirausahaan	584	.071	.677	8.219	.000

a. Dependent Variable: Kinerja_Usaha

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 2025

Berikut ini hasil pengelolaan data yang telah dilakukan oleh peneliti.

1. Variabel Independen X_1 (orientasi pasar)

Pada pengujian X_1 (orientasi pasar) didapati nilai dari t_{hitung} yaitu 4,657, sehingga diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 2,019. Dan nilai p -value pada kolom sig yaitu $0,000 < 0,05$ yang berarti berpengaruh secara signifikan. Maka demikian dapat dinyatakan bahwa H_1 diterima, sehingga dapat diartikan bahwa orientasi pasar berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha pada pengusaha barang bekas di Pajak Melati Medan

2. Variabel Independen X_2 (orientasi kewirausahaan)

Pada pengujian X_2 (orientasi kewirausahaan) didapati nilai dari t_{hitung} yaitu 9,774, sehingga diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 2,019. Dan nilai p -value pada kolom sig yaitu $0,000 < 0,05$ yang berarti berpengaruh secara signifikan. Maka demikian dapat dinyatakan bahwa H_2 diterima, sehingga dapat diartikan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha pada pengusaha barang bekas di Pajak Melati Medan

3. Variabel Independen X_3 (Kompetensi Kewirausahaan)

Pada pengujian X_3 (Kompetensi Kewirausahaan) didapati nilai dari t_{hitung} yaitu 8,219, sehingga diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 2,019. Dan nilai p -value pada kolom sig yaitu $0,000 < 0,05$ yang berarti berpengaruh secara signifikan. Maka demikian dapat dinyatakan bahwa H_3 diterima, sehingga dapat diartikan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha pada pengusaha barang bekas di Pajak Melati Medan

b. Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen orientasi pasar (X_1), orientasi kewirausahaan (X_2), dan kompetensi kewirausahaan (X_3) yang dapat berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen kinerja usaha (Y), dimana :

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka dapat dinyatakan bahwa H_1 diterima dan H_4 ditolak. Taraf signifikan (α) = 5%

Tabel 7. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	377.174	3	125.725	45.508	.000 ^b
	Residual	113.271	41	2.763		
	Total	490.444	44			

a. Dependent Variable: Kinerja_Usaha

b. Predictors: (Constant), Kompetensi_Kewirausahaan, Orientasi_Pasar, Orientasi_Kewirausahaan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 2025

Pengujian diatas didapati bahwa nilai F_{hitung} 45,508 $> F_{tabel}$ 2,60 dan sig. Sebesar $0,000 < 0,05$, sesuai dengan teori yang ada hal tersebut menunjukkan bahwa H_4 diterima, sehingga dapat diartikan bahwa orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, kompetensi kewirausahaan sistem secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha pada pengusaha barang bekas di Pajak Melati Medan.

c. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.15 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.877 ^a	.769	.752	1.662

a. Predictors: (Constant), Kompetensi_Kewirausahaan, Orientasi_Pasar, Orientasi_Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Kinerja_Usaha

Sumber : hasil olah data SPSS (2025)

Dari data yang ditampilkan melalui tabel diatas menghasilkan interpretasi dimana nilai *Adjusted R-squared* dengan angka 0,752 atau 75,2% yang berarti variabel Y (kinerja usaha) dapat dijelaskan oleh variabel-variabel X (orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan kompetensi kewirausahaan) sebanyak 75,2% sedangkan selebihnya yaitu 24,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat di dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa H_1 yaitu orientasi pasar berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. t_{hitung} yaitu 4,657, yang berarti nilai t_{hitung} 4,657 > t_{tabel} 2,019. Dan nilai *p-value* pada kolom sig yaitu 0,000 < 0,05 yang berarti berpengaruh secara signifikan. Hal tersebut menjelaskan bahwa variabel independen X_1 (orientasi pasar) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen Y (kinerja usaha) pada pengusaha barang bekas di Pajak Melati Medan.

Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja usaha pada pengusaha barang bekas di Pajak Melati Medan karena orientasi ini menciptakan budaya yang fokus pada pemenuhan kebutuhan dan preferensi pelanggan, yang pada gilirannya mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas. Dengan mengidentifikasi dan memahami perubahan dalam permintaan pasar, pengusaha dapat berinovasi dan menawarkan produk yang relevan serta bersaing secara efektif. Penelitian menunjukkan bahwa pengusaha yang aktif mengadopsi orientasi pasar cenderung memiliki kinerja usaha yang lebih baik, karena mereka mampu menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan beradaptasi dengan dinamika pasar, yang esensial untuk keberlangsungan usaha di lingkungan yang kompetitif seperti Pajak Melati Medan.

Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa H_2 yaitu orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. t_{hitung} yaitu 9,774, yang berarti nilai t_{hitung} 9,774 > t_{tabel} 2,019. Dan nilai *p-value* pada kolom sig yaitu 0,000 < 0,05 yang berarti berpengaruh secara signifikan. Hal tersebut menjelaskan bahwa variabel independen X_2 (orientasi kewirausahaan) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen Y (kinerja usaha) pada pengusaha barang bekas di Pajak Melati Medan.

Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha pada pengusaha barang bekas di Pajak Melati Medan karena orientasi ini mendorong pelaku usaha untuk berinovasi, mengambil risiko, dan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di pasar. Dengan suatu pendekatan yang proaktif dan kreatif terhadap peluang bisnis, pengusaha dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam memasarkan produk barang bekas mereka, serta meningkatkan efisiensi operasional. Penelitian menunjukkan bahwa pengusaha yang memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat cenderung lebih mampu mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan mengembangkan solusi yang inovatif, yang langsung berkontribusi pada peningkatan kinerja usaha mereka di lingkungan yang kompetitif seperti Pajak Melati Medan.

Pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja usaha

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa H_3 yaitu orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. t_{hitung} yaitu 8,219, yang berarti nilai t_{hitung} 8,219 > t_{tabel} 2,019. Dan nilai p -value pada kolom sig yaitu 0,000 < 0,05 yang berarti berpengaruh secara signifikan. Hal tersebut menjelaskan bahwa variabel independen X_3 (kompetensi kewirausahaan) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen Y (kinerja usaha) pada pengusaha barang bekas di Pajak Melati Medan.

Kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha pada pengusaha barang bekas di Pajak Melati Medan karena kemampuan dan keterampilan yang dimiliki oleh pengusaha sangat menentukan efektivitas dalam manajemen usaha dan merespon tantangan pasar. Dengan kompetensi yang baik, seperti pemikiran strategis, inovasi, dan kemampuan membina hubungan, pengusaha dapat mengambil keputusan yang tepat dan responsif terhadap dinamika pasar serta kebutuhan pelanggan. Hal ini memfasilitasi pengembangan strategi pemasaran yang efektif dan pengelolaan sumber daya yang optimal, sehingga meningkatkan produktivitas dan daya saing usaha. Penelitian menunjukkan bahwa pengusaha yang memiliki tingkat kompetensi kewirausahaan yang tinggi mampu mengelola risiko dengan lebih baik dan menciptakan nilai tambah bagi konsumen, yang pada akhirnya berkontribusi signifikan bagi kinerja usaha mereka.

Pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja usaha

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat dilihat bahwa orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha, hal tersebut dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 45,508, sehingga F_{hitung} > F_{tabel} (45,508 > 2,60) dan nilai sig = 0,000 < 0,05 maka ada pengaruh secara simultan antara variabel orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja usaha.

Orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan kompetensi kewirausahaan yang baik akan mempengaruhi kinerja usaha pada pengusaha barang bekas di Pajak Melati Medan. Hal ini sejalan dengan penelitian Zaini & Handoyo (2021) yang menyatakan bahwa Orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah kuliner di Jakarta Barat. Penelitian ini menyatakan bahwa Orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha pada pengusaha barang bekas di Pajak Melati Medan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa hasil uji hipotesis secara simultan menegaskan Orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan kompetensi kewirausahaan secara simultan berpengaruh terhadap kinerja usaha pada pengusaha barang bekas di Pajak Melati Medan karena ketiga faktor tersebut saling melengkapi dalam menciptakan strategi bisnis yang efektif. Orientasi pasar memberikan wawasan tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan, memungkinkan pengusaha untuk merespon dengan produk yang sesuai, sedangkan orientasi kewirausahaan mendorong inovasi dan proaktivitas dalam menghadapi perubahan pasar. Kompetensi kewirausahaan, yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap, memperkuat kemampuan pengusaha dalam menerapkan strategi-strategi tersebut dengan efektif. Ketika ketiga elemen ini digabungkan, pengusaha dapat tidak hanya memenuhi harapan pelanggan dengan lebih baik, tetapi juga mengelola risiko dan menciptakan nilai tambah, yang secara keseluruhan berkontribusi pada peningkatan kinerja usaha mereka di lingkungan pasar yang kompetitif.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pengolahan data dari bab 4 dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Orientasi pasar terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha pengusaha barang bekas di Pajak Melati Medan, dengan nilai t_{hitung} 4,657 > t_{tabel} 2,019 dan p -value 0,000 < 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan preferensi pelanggan memungkinkan pengusaha untuk lebih adaptif dalam menghadapi

- dinamika pasar, meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta menciptakan keunggulan kompetitif yang berdampak langsung pada peningkatan kinerja usaha mereka.
2. Orientasi kewirausahaan juga menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja usaha, ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} sebesar $9,774 > t_{tabel}$ 2,019 dan $p\text{-value}$ $0,000 < 0,05$. Pengusaha yang memiliki semangat kewirausahaan tinggi—ditandai dengan inovasi, keberanian mengambil risiko, dan sikap proaktif—cenderung lebih sukses dalam merespons perubahan pasar dan mengembangkan strategi bisnis yang efektif, sehingga berdampak nyata pada peningkatan kinerja usaha mereka.
 3. Kompetensi kewirausahaan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha, dengan nilai t_{hitung} 8,219 $> t_{tabel}$ 2,019 dan $p\text{-value}$ $0,000 < 0,05$. Hasil ini menegaskan bahwa kemampuan manajerial, inovatif, serta keahlian interpersonal para pengusaha sangat penting dalam mengelola usaha secara efisien dan responsif terhadap perubahan pasar. Kompetensi yang kuat membantu pengusaha membuat keputusan strategis, meningkatkan produktivitas, dan menciptakan nilai tambah bagi konsumen, yang berujung pada peningkatan kinerja usaha.
 4. Secara simultan, orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha, dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar $45,508 > F_{tabel}$ 2,60 dan $p\text{-value}$ $0,000 < 0,05$. Ketiga faktor ini saling melengkapi: orientasi pasar mengarahkan strategi pada kebutuhan pelanggan, orientasi kewirausahaan mendorong inovasi dan adaptabilitas, serta kompetensi kewirausahaan memastikan implementasi strategi yang efektif. Kombinasi ketiganya menciptakan fondasi yang kuat bagi peningkatan kinerja usaha di tengah persaingan yang ketat, sebagaimana terlihat pada pengusaha barang bekas di Pajak Melati Medan..

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Akbar Alkatili, Arya Budi Saputra, Aulia Zahra, Reyhan Arya Nugraha, Adi Prehanto, & Syti Sarah Maesaroh. (2022). Analisis Penggunaan Hashtag di Instagram dalam Meningkatkan Penjualan pada Usaha Thrift. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 1(4), 206–216. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v1i4.303>
- Ananda, Y., Machasin, & Fitri, K. (2023). Pengaruh Pengalaman Usaha, Teknologi Informasi dan Kemampuan Berwirausaha Terhadap Kinerja UMKM di Kota Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 9(2).
- Daulay, Z. A. A. (2018). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix (Studi Pada UMKM Kreatif di Kota Medan). *TANSIQ: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(1).
- Dhamayantie, E., & Fauzan, R. (2017). Karakteristik Kewirausahaan dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Usaha. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 19(1), 21–30.
- Diansari, D. N., & Rahmanto, M. T. (2020). Pengaruh Modal dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil. *Jurnal Kewirausahaan*, 14(2), 112–120.
- DJPB. (2024). *UMKM HEBAT, PEREKONOMIAN NASIONAL MENINGKAT*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/curup/id/data-publikasi/artikel/2885-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html>
- Endrik Andika. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha. *Sketsa Bisnis*, 6(1), 22–34. <https://doi.org/10.35891/jsb.v6i1.1580>
- Fandy, D., Saerang, D., Gunawan, E., Kepercayaan Konsumen Dan Nilai Yang Dirasakan, P., Khairy Fandy, D., E Saerang, D. P., & Gunawan, E. M. (2021). ANALYZING PURCHASE INTENTION ON ONLINE FASHION THRIFT STORE. *Ejournal.Unsrat.Ac.Id*, 9(3), 1867–1875. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/52652>
- Firdaus, A. M. (2023). *Pelaku UMKM di Kota Medan Dilindungi Perda Kota Medan*. <https://ayomedan.id/ini-medan/pr-3572342191>
- GIBRAN DASOPANG. (2021). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Jual Beli Pakaian Bekas (Studi Pada Pasar Monza Pajak Melati Medan). In *Universitas Sumatera Utara Medan* (Vol. 1, Issue 3). Universitas Sumatera Utara.
- Mufaqoh, T., & Anisa, F. (2022). Pengaruh Self-Efficacy, Modal Usaha dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Empiris UMKM Bidang Perdagangan di Kota Magelang). *Jurnal Untidar*, 1(1).

- Munizu, M., Tandiono, R., Pravitasari, E., Kardini, N. L., Hendrawan, H., Nur, T., Siswanto, A., & Manuaba, I. B. K. (2023). *UMKM: Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nobelson, N., Suharyati, S., & Desmintari, D. (2023). Upaya Meningkatkan Potensi UMKM Melalui Technosociopreneur Skill dan Entrepreneurial Mindset UMKM Kuliner Sawangan Depok. *Journal of Social Science Research*. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/5841>
- Park, H., Kwon, T., ... M. Z.-J. of G. F., & 2020, undefined. (n.d.). Thrift shopping for clothes: To treat self or others? *Taylor & Francis*. Retrieved May 20, 2025, from <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/20932685.2019.1684831>
- Park, H., Kwon, T. A., Zaman, M. M., & Song, S. Y. (2020). Thrift shopping for clothes: To treat self or others? *Journal of Global Fashion Marketing*, 11(1), 56–70. <https://doi.org/10.1080/20932685.2019.1684831>
- Seo, M. J., & Kim, M. (2019). Understanding the purchasing behaviour of second-hand fashion shoppers in a non-profit thrift store context. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 12(3), 301–312. <https://doi.org/10.1080/17543266.2019.1611945>
- Solihin, O. (2015). Terpaan Iklan Mendorong Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Urban. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 5(2), 41–49. <https://repository.unikom.ac.id/30951/1/jurnal-4.pdf>
- Tambunan, E. S. (2020). Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Wirausaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Pasar Tiban Sunday Morning UGM. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 9(3).
- Vijayanti, A., & Yasa, N. N. K. (2018). Pengaruh Modal Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Denpasar. *Jurnal Manajemen*, 22(3), 145–156.
- Zaini, A. C., & Handoyo, S. E. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(1), 72. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i1.11289>

