

PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN, STRATEGI BISNIS, ADAPTABILITAS LINGKUNGAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN ANGGOTA HIMKI

Mariatius Sholikah¹⁾, PURWO ADI WIBOWO, S.E., M.Sc.²⁾, Dr. ALI, S.E., M.M.³⁾

¹Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

email: mariatussholikah1@gmail.com

Abstract

MSME actors must realize the importance of entrepreneurial competence in terms of managing business properly. Entrepreneurial competence is knowledge, skills or abilities that are sufficient to meet a need such as effective performance. After having good and effective entrepreneurial competence, MSMEs must have a reliable and effective business strategy. Business strategy is defined as the decisions, actions and reactions that first create and then exploit the business in a way that maximizes the benefits of novelty and minimizes costs. In addition, it requires the ability to adapt to the environment to respond quickly to business development when changes occur. Having entrepreneurial competence, business strategy and environmental adaptability will result in effective and efficient marketing performance. Research objectives describe the influence of entrepreneurship on the marketing performance of HIMKI UKM members, describe the influence of business strategy on the marketing performance of HIMKI UKM members, describe the influence of environmental adaptability on the marketing performance of HIMKI UKM members. The research was conducted using a quantitative research method with a purposive sampling method. Research results Entrepreneurial competence affects marketing performance, business strategy affects marketing performance, environmental adaptability does not affect marketing performance.

Keywords: *Entrepreneurship Competence, Business Strategy, Environmental Adaptability, and Marketing Performance*

1. PENDAHULUAN

Pelaku UMKM harus menyadari pentingnya dari kompetensi kewirausahaan dalam hal mengelola usahanya dengan baik. Kompetensi kewirausahaan adalah pengetahuan, keterampilan, atau kemampuan yang cukup untuk memenuhi suatu kebutuhan seperti kinerja yang efektif. Studi tentang kompetensi wirausaha, yang mengembangkan kelompok keterampilan dan kemampuan yang sama yang dijumpai dalam teori manajemen atau kepemimpinan. Tujuan adanya kompetensi kewirausahaan adalah 1) untuk membentuk karakter proaktif yaitu berinisiatif dan tegas (assertive), 2) berorientasi pada prestasi, yang tercermin dalam pandangan dan bertindak, 3) komitmen kepada orang lain, misalnya dalam mengadakan kontak dan hubungan bisnis. Manfaat dari kompetensi kewirausahaan akan menghasilkan kapasitas manajerial dari pemimpin perusahaan untuk menciptakan dan mengkomunikasikan sebuah visi strategis untuk menyusun inter-firm relation harus dapat menyampaikan visi strategi agar dapat membangun hubungan internal perusahaan. Serta mampu membangun hubungan internal yang baik agar dapat mencapai visi strategis yang ingin dicapai. (Kurniawan & Yun, 2018)

Setelah mempunyai kompetensi kewirausahaan yang baik dan efektif, maka UMKM harus mempunyai strategi bisnis yang handal dan cerdas. Strategi bisnis didefinisikan sebagai sejumlah keputusan, tindakan, dan reaksi yang pertama-tama menciptakan, dan kemudian mengeksploitasi sebuah usaha dengan cara memaksimalkan manfaat dari kebaruan serta meminimalkan biaya. (Mustikowati & Tysari, 2015) Adapun tujuan dari strategi bisnis, perusahaan mampu menentukan arah dengan mengidentifikasinya dari segi pasar, pesaing, pelanggan, dan adaptasi lingkungan di zaman perkembangan ini perlu mempunyai kemampuan adaptabilitas lingkungan untuk merespon perkembangan bisnis secara cepat manakala terjadi perubahan. Lingkungan yang semakin kompleks akan meningkatkan ketidakpastian lingkungan, sehingga dituntut informasi tentang lingkungan persaingan yang lebih banyak. Semakin kurang kompleks suatu lingkungan, semakin sedikit biaya yang

diperlukan untuk memonitor lingkungan. Informasi yang beragam akan mempersulit pemahaman manajer tentang bagaimana hubungan atau interaksi yang terjadi antar sektor lingkungan dan bagaimana interaksi tersebut mempengaruhi sumberdaya yang dimiliki oleh perusahaan. (Wandra Utama, n.d.)

Mempunyai Kompetensi kewirausahaan, strategi bisnis dan adaptabilitas lingkungan akan menghasilkan kinerja pemasaran yang efektif dan efisien. Kinerja pemasaran merupakan ukuran prestasi yang diperoleh dari aktivitas proses pemasaran secara menyeluruh dari sebuah perusahaan atau organisasi. Selain itu, kinerja pemasaran juga dapat dipandang sebagai sebuah konsep yang digunakan untuk mengukur sampai sejauh mana prestasi pasar yang telah dicapai oleh suatu produk yang dihasilkan perusahaan menggambarkan hasil dari penerapan strategi perusahaan diantaranya berupa kepuasan konsumen, kesuksesan produk baru, peningkatan penjualan, dan profitabilitas perusahaan. (popi safitri, Zaskia Fajrin, 2020)

Namun ditahun terakhir ini berbeda dengan tahun sebelumnya banyak sekali permasalahan dibidang pemasaran yaitu order turun karena inflasi, sehingga terjadi stock akibat pending shipment, tidak sesuai yang telah ditargetkan perusahaan. Dengan adanya permasalahan tersebut mengakibatkan omzet kurang optimal, kinerja pemasaran menurun karena penghasilan atau laba diperoleh kurang optimal.

Tabel.1 Omzet Anggota HIMKI

NO.	NAMA	TAHUN				
		2018	2019	2020	2021	2022
1	PT Karya Anugerah Gemilang	800 juta	850 juta	800 juta	750 juta	780 juta
2	PT AGR Indonesia	500 juta	800 juta	750 juta	950 juta	600 juta
3	PT Agios Jati Furniture	875 juta	650 juta	900 juta	1 M	754 juta
4	PT Asia Concep	600 juta	800 juta	750 juta	690 juta	550 juta
5	PT Berkah Gusti	900 juta	1 M	750 juta	870 juta	850 juta
6	PT furnesse	1, 2 M	900 Juta	1 M	900 juta	876 juta
7	CV Furniture Start	1 M	1,2 M	1 M	900 juta	950 juta

Sumber: wawancara UMKM Anggota HIMKI Jepara

Berdasarkan dari uraian diatas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul: **“Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Strategi Bisnis, Adaptabilitas Lingkungan terhadap kinerja pemasaran UMKM Anggota HIMKI”**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran UMKM anggota HIMKI?
2. Bagaimana pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja pemasaran UMKM anggota HIMKI?
3. Bagaimana pengaruh adaptabilitas lingkungan terhadap kinerja pemasaran UMKM anggota HIMKI?

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran UMKM anggota HIMKI
2. Untuk mendeskripsikan pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja pemasaran UMKM anggota HIMKI
3. Untuk mendeskripsikan pengaruh adaptabilitas lingkungan terhadap kinerja pemasaran UMKM anggota HIMKI

2. KAJIAN LITERATUR

Kinerja pemasaran

Kinerja pemasaran merupakan ukuran prestasi yang diperoleh dari aktivitas proses pemasaran secara menyeluruh dari sebuah perusahaan atau organisasi. Selain itu, kinerja pemasaran juga dapat

dipandang sebagai sebuah konsep yang digunakan untuk mengukur sampai sejauh mana prestasi pasar yang telah dicapai oleh suatu produk yang dihasilkan perusahaan menggambarkan hasil dari penerapan strategi perusahaan diantaranya berupa kepuasan konsumen, kesuksesan produk baru, peningkatan penjualan, dan profitabilitas perusahaan. (popi safitri, Zaskia Fajrin, 2020)

Kompetensi

Kompetensi adalah pengetahuan, keterampilan atau kemampuan yang cukup untuk memenuhi suatu kebutuhan seperti kinerja yang efektif. Studi tentang kompetensi wirausaha, yang mengembangkan kelompok keterampilan dan kemampuan yang sama yang dijumpai dalam teori manajemen atau kepemimpinan. (Eni Zuhriyah, Rochiyati Murniningsih 2015) Kompetensi yang harus dimiliki pengusaha adalah Managerial skill, Conceptual skill, Human skill, Decision making skill. (Time managerial skill) Indikator kompetensi kewirausahaan menurut Ziana Asyifa, Muhammad Rakib, H. Thamrin Tahir, 2018) antara lain Organizing competencies, Strategic competencies, Sosial competencies, Commitment competencies, Conceptual competencies.

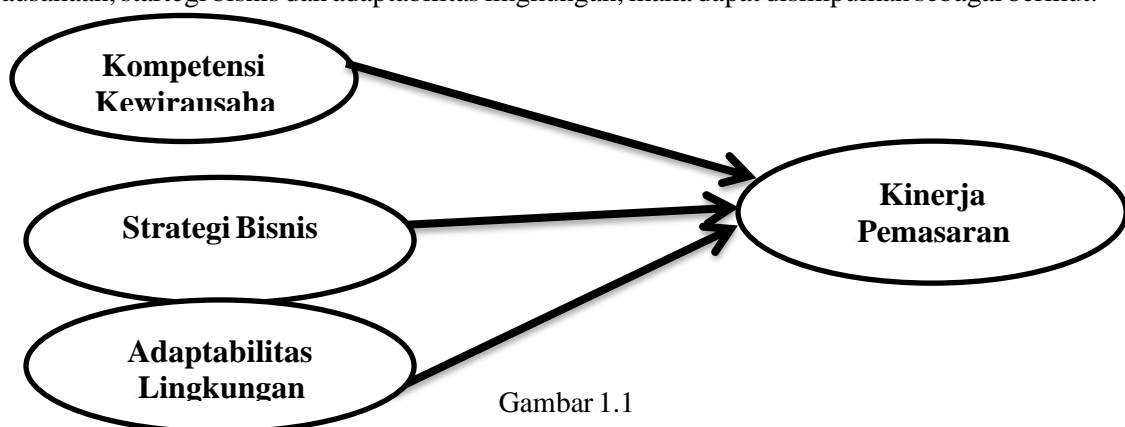
Strategi Bisnis

Strategi bisnis merupakan salah satu cara untuk mencapai suatu tujuan yang telah di tentukan pada awal merancang. Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan suatu kegiatan perusahaan dan alat untuk mengarahkan tujuan-tujuan kegiatan perusahaan agar sesuai dengan apa yang telah diharapkan untuk bisa memaksimalkan hasil suatu kinerja yang baik. Hal- hal yang membuat strategi diperlukan dalam suatu kegiatan perusahaan itu adalah untuk bisa meningkatkan suatu kualitas bisnis yang baik. Indikator Strategi Bisnis yang digunakan adalah: 1. Differentiation (Diferensiasi) 2. Low Cost (Biaya rendah), 3. Focus Strategy (Strategi Fokus). (Qinthara et al., 2020)

Adaptabilitas Lingkungan

Adaptabilitas lingkungan adalah penyesuaian lingkungan yang semakin kompleks akan meningkatkan ketidakpastian lingkungan, sehingga dituntut informasi tentang lingkungan persaingan yang lebih banyak. Semakin kurang kompleks suatu lingkungan, semakin sedikit biaya yang diperlukan untuk memonitor lingkungan. Informasi yang beragam akan mempersulit pemahaman manajer tentang bagaimana hubungan atau interaksi yang terjadi antar sektor lingkungan dan bagaimana interaksi tersebut mempengaruhi sumberdaya yang dimiliki oleh perusahaan. (Wandra Utama, n.d.) Indikator adaptabilitas lingkungan kemampuan memahami pesaing, kemampuan bekerja sama dengan penyalur, kemampuan memahami pelanggan.

Berdasarkan tinjauan pustaka yang diuraikan sebelumnya mengenai variabel kompetensi kewirausahaan, strategi bisnis dan adaptabilitas lingkungan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:



Gambar 1.1

Kerangka pemikiran

H1: Kompetensi wirausaha berpengaruh terhadap kinerja pemasaran.

H2: Strategi Bisnis berpengaruh terhadap kinerja pemasaran.

H1: Adaptabilitas Lingkungan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran.

3. METODE

3.1 Jenis dan Obyek Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Data penelitian adalah data primer. Penelitian ini dilakukan pada UMKM Anggota HIMKI.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi (population) yaitu sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. (Desi Fitriyani, 2020) Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM anggota HIMKI berjumlah 79 responden. Pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner, observasi dan wawancara.

3.4 Definisi Operasional

Tabel 1.1
Definisi Operasional

No.	Variabel	Pengertian	Indikator	Sumber
1.	Kompetensi kewirausahaan	Kompetensi kewirausahaan adalah suatu pemahaman yang harus dimiliki oleh wirausahawan yang terdiri dari: Knowledge, Ketrampilan, Kreativitas, dan Pengalaman. Setiap wirausaha yang sukses memiliki.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Organizing competencies</i> 2. <i>Strategic competencies</i> 3. <i>Sosial competencies</i> 4. <i>Commitment competencies</i> 5. <i>Conceptual competencies</i> 	Ziana Asyifa, Muhammad Rakib, H. Thamrin Tahir, (2018)
2.	Strategi Bisnis	Menggunakan istilah strategi bisnis yang didefinisikan sebagai sejumlah keputusan, tindakan, dan reaksi yang pertama-tama menciptakan, dan kemudian mengeksplorasi sebuah usaha dengan cara memaksimalkan manfaat dari kebaruan serta meminimalkan biaya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Differentiation</i> (Diferensiasi) 2. <i>Low Cost</i> (Biaya rendah) 3. <i>Focus Strategy</i> (Strategi Fokus). 	(Mustikowati & Tysari, 2015)

3.	Adaptabilitas Lingkungan	Adaptabilitas lingkungan adalah penyesuaian lingkungan yang semakin kompleks akan meningkatkan ketidak pastian lingkungan, sehingga dituntut informasi tentang lingkungan persaingan yang lebih banyak.	1. Kemampuan memahami pesaing 2. Kemampuan bekerja sama dengan penyalur 3. Kemampuan memahami pelanggan	(Farkhan Oxyopida, Sabihaini Dan Supirko Hapsoro Darpito, 2020)
4.	Kinerja Pemasaran	Kinerja pemasaran merupakan ukuran prestasi yang diperoleh dari aktivitas proses pemasaran secara menyeluruh dari sebuah perusahaan atau organisasi.	1. Volume penjualan 2. Pertumbuhan pelanggan 3. Pertumbuhan penjualan 4. Porsi pemasaran 5. Kemampulaban	(Sri Fitriyah, Meitua, Dian anggreini, 2021)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner, observasi, dan wawancara.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas Uji validitas pada penelitian dipergunakan agar dapat mengetahui valid maupun tidak valid yang digunakan pada sebuah penelitian. Perhitungan menggunakan aplikasi SPSS dengan tingkat signifikan 0,05 atau 5% dan signifikansi 2-tailed (tingkat signifikansi untuk uji dua arah) yang dilihat dari r hitung dari $n=79$, $df = n-2$ atau $79-2=77$ maka r tabel=0,2213. Uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan melihat hasil output SPSS 26. Pada nilai Cronbach's Alpha > 0,60, maka dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

3.6.2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji n digunakan dengan tujuan agar peneliti mengetahui apakah pada model regresi, variabel pengganggu mempunyai distribusi normal. Pengujian ini mempergunakan Uji Kolmogorov-Smirnov dan membutuhkan confidence level dengan banyaknya sampel akhir setelah adanya outlier yang dipakai, dengan taraf signifikan 0,05.

b. Uji Multikolinieritas

Uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah pada model regresi ada korelasi antar variabel independent, model regresi yang baik tidak terjadi multikolinieritas cara mengetahuinya dengan mengamati nilai variance inflation factor, jika $VIF > 10$ maka memiliki arti terjadi multikolinieritas didalam model regresi dan jika $VIF < 10$ maka dapat diartikan tidak terjadi multikolinieritas. Dilihat dari nilai tolerance, jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 memiliki arti tidak terjadi multikolinieritas pada model regresi kemudian jika nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 diartikan terjadi multikolinieritas pada model regresi.

3.6.3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dipakai agar peneliti tahu pada model regresi ada ketidaksamaan varians dari residual pada sebuah pengamatan ke pengamatan lainnya, menggunakan metode scatter plots

untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas. Dimana, salah satu syarat yang harus ada didalam model regresi yang baik yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linier berganda adalah suatu metode analisis regresi untuk lebih dari dua variabel, karena itu termasuk dalam analisis multivariate. Namun karena dalam uji regresi berganda juga dianalisis hubungan antar satu variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) manakala variabel bebas X lainnya dianggap konstan, maka dalam analisisnya juga masih bisa digunakan metode kuadrat terkecil.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

- Y : Kinerja Pemasaran
- a : Konstanta
- b : Koefisien regresi
- X_1 : Kompetensi Kewirausahaan
- X_2 : Strategi Bisnis
- X_3 : Adaptabilitas Lingkungan
- e : Standar error

3.6.5. Uji Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel bebas (independen) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat (dependen). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *significance level* taraf nyata 0,05 ($\alpha = 5\%$). Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau tingkat signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga tidak ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- 2) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau tingkat signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

b. Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh bukti fisik, kehandalan, empati, jaminan dan daya tanggap terhadap kepuasan nasabah secara parsial. Pengujian ini untuk melihat sejauh mana pengaruh secara sendiri – sendiri 1 variabel X terhadap variabel Y. Ketentuan T_{tabel} (Nurgiyantoro, 2004: 192); Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ atau tingkat signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga tidak ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- 2) Jika nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau tingkat signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

3.6.6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen sangat terbatas. Nilai R^2 mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

4. HASIL DAN DISKUSI

a. Uji Validitas

Nilai r_{tabel} pada $N = 79$ dan $\alpha 5\% = 0,2213$. Hasil uji validitas data kuesioner dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 1.2 Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kategori
----------	-----------------	--------------	-------------	----------

Kompetensi Kewirausahaan (X1)	X1.1	0,586	0,2213	Valid
	X1.2	0,624	0,2213	Valid
	X1.3	0,604	0,2213	Valid
	X1.4	0,562	0,2213	Valid
	X1.5	0,494	0,2213	Valid
	X1.6	0,580	0,2213	Valid
Strategi Bisnis (X2)	X2.1	0,478	0,2213	Valid
	X2.2	0,659	0,2213	Valid
	X2.3	0,452	0,2213	Valid
Adaptabilitas Lingkungan (X3)	X3.1	0,464	0,2213	Valid
	X3.2	0,476	0,2213	Valid
	X.3.3	0,564	0,2213	Valid
Kinerja Pemasaran (Y)	Y1	0,542	0,2213	Valid
	Y2	0,575	0,2213	Valid
	Y3	0,587	0,2213	Valid
	Y4	0,497	0,2213	Valid
	Y5	0,422	0,2213	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023.

Berdasarkan hasil uji validitas yang ditunjukkan pada Tabel 1 tersebut menunjukkan bahwa Corrected Item-Total Correlation atau $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan demikian instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$, dapat dilakukan bahwa instrumen peneliti dinyatakan reliabel. Untuk mengetahui tingkat Cronbach's Alpha pada penelitian ini digunakan bantuan SPSS 26 dengan output hasil sebagai berikut:

Tabel 1.3
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	><	Nilai Standar	Keterangan
Kompetensi Kewirausahaan (X1)	0,619	>	0,60	Reliabel
Strategi Bisnis (X2)	0,649	>	0,60	Reliabel
Adaptabilitas Lingkungan (X3)	0,609	>	0,60	Reliabel
Kinerja Pemasaran (Y)	0,580	>	0,60	Reliabel Moderat

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023.

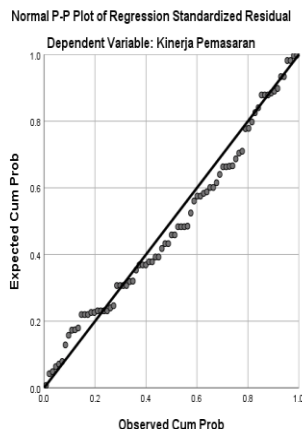
Dari hasil Tabel 1.2. dapat disimpulkan bahwa kuesioner masing-masing variabel mempunyai nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ sehingga dapat dikatakan bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini reliabel atau andal.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui model regresi memiliki distribusi data normal. Berikut adalah hasil dari uji normalitas:

Gambar 1.2
Uji Normalitas



Gambar 1.2 Uji Normalitas

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan gambar 1.2 dapat dilihat bahwa pola data mengikuti garis diagonal sehingga disimpulkan model regresi ini memenuhi asumsi normalitas.

a. **Uji Multikolinieritas**

Hasil Uji multikolinieritas sebagai berikut:

Tabel 1.3
Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kompetensi Kewirausahaan	.830	1.205
	Strategi Bisnis	.723	1.383
	Adaptabilitas Lingkungan	.654	1.530

a. Dependent variable: Kinerja Pemasaran

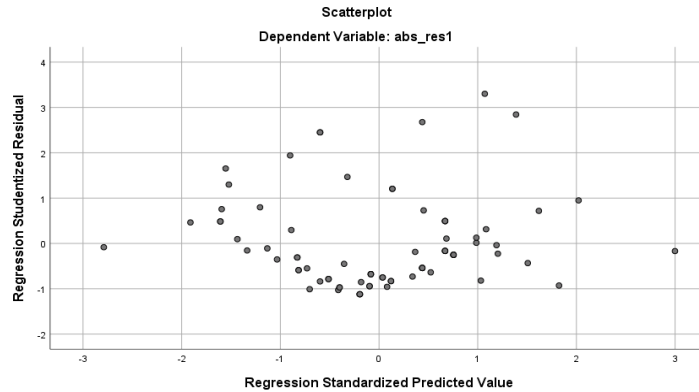
Sumber: output SPSS

Berdasarkan tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa variabel kompetensi kewirausahaan memiliki nilai Tolerance 0,830, variabel strategi bisnis memiliki nilai Tolerance 0,723, dan variabel adaptabilitas lingkungan memiliki nilai Tolerance 0,654. Maka menunjukkan ke tiga variabel tersebut memiliki nilai lebih besar dari $> 0,10$. Kemudian perhitungan nilai VIF menunjukkan tidak adanya nilai dari variabel independen yang melebihi angka > 10 . Hal tersebut disimpulkan tidak terjadi Multikolinieritas antara variabel independen dalam model regresi.

b. **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan lain. Berikut adalah hasil dari uji heteroskedastisitas :

Gambar 1.3
Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1.3 Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer Diolah Dengan SPSS 26

Dari grafik Scatterplot dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak atau membentuk suatu pola yang teratur dari angka 0 sumbu Y. maka dapat disimpulkan bahwa dikatakan tidak memiliki heteroskedastisitas pada model regresi, maka layak untuk dipakai sebagai prediksi pada variabel dependen berdasarkan pada variabel independen.

1.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan sebagai alat untuk mengetahui bahwa besarnya pengaruh variabel Kompetensi Kewirausahaan, Strategi Bisnis dan Adaptabilitas Lingkungan, terhadap Kinerja Pemasaran UMKM anggota HIMKI Hasil perhitungan pada analisis regresi linier berganda dapat dilihat sebagaimana pada tabel 1.4 sebagai berikut:

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations
		B	Std. Error	Beta			Zero-order
1	(Constant)	.542	.717		.755	.453	
	Kompetensi Kewirausahaan	.881	.024	.989	36.165	.000	.973
	Strategi Bisnis	-.172	.059	-.086	-2.940	.004	.197
	Adaptabilitas Lingkungan	.034	.055	.019	.624	.535	.375

a. Dependent Variable: Kinerja Pemasaran

Sumber: Output SPSS

Dengan melihat pada tabel maka berdasarkan tabel diatas, persamaan pada regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,542 + 0,989X_1 - 0,086X_2 + 0,019X_3$$

Maka dari koefisien regresi dari masing-masing variabel tabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. $a = 0,542$, nilai konstanta menunjukkan bahwa jika variabel bebas yakni Kompetensi Kewirausahaan, Strategi Bisnis, Dan Adaptabilitas Lingkungan jika nilainya 0 (nol) maka kinerja pemasaran adalah 0,542.
2. $B_1 = 0,989$, variabel Kompetensi Kewirausahaan memiliki nilai asumsi variabel lainnya adalah konstan. Maka hal tersebut menunjukkan variabel Kompetensi Kewirausahaan meningkat satuan maka Kinerja Pemasaran juga akan meningkat sebesar 0,989.
3. $B_2 = -0,086$, variabel Strategi Bisnis memiliki nilai asumsi variabel lainnya adalah konstan. Maka hal tersebut menunjukkan Strategi Bisnis menurun satuan maka Kinerja Pemasaran juga akan menurun sebesar - 0,086.
4. $B_3 = 0,019$, variabel Adaptabilitas Lingkungan memiliki arti asumsi variabel lainnya adalah konstan. Maka hal tersebut menunjukkan Adaptabilitas Lingkungan meningkat satuan maka Kinerja Pemasaran juga akan meningkat sebesar 0,019.

Uji Hipotesis

1. Uji Simultan (Uji-F)

Uji F dilakukan untuk melihat apakah dari variabel Beban Kerja, Kelelahan Kerja dan Work Family Conflict secara simultan atau bersama-sama Terhadap Stres Kerja. Hasil dari output SPSS uji F pada tabel berikut:

Tabel 1.5
Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	407.286	3	135.762	511.563	.000 ^b
	Residual	19.904	75	.265		
	Total	427.190	78			
a. Dependent Variable: Kinerja Pemasaran						
b. Predictors: (Constant), Kompetensi Kewirausahaan, Strategi Bisnis, Adaptabilitas Lingkungan						

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan data tabel di atas diperoleh F-hitung sebesar 511,563 dan sig 0,000. F-tabel pada taraf $\alpha=0,05$, df_1 = (jumlah variabel independen = 3) dan df_2 ($n-k-1 = 79 - 3 - 1 = 75$), maka nilai F tabel = 2,72. Hal ini berarti F-hitung > F-Tabel ($511,563 > 2,72$) dan nilai sig ($0,000 < 0,05$) maka hipotesis dapat diterima. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa variabel kompetensi kewirausahaan, strategi bisnis dan adaptabilitas lingkungan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap Kinerja pemasaran.

2. Uji Parsial (Uji-t)

Pada uji parsial (uji-t) digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh antara variabel independen yaitu Kompetensi Kewirausahaan, Strategi Bisnis, Dan Adaptabilitas Lingkungan. Hasil output SPSS perhitungan t hitung ditunjukkan dalam tabel 1.6 sebagai berikut:

Coefficients ^a						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.542	.717		.755	.453
	Kompetensi Kewirausahaan	.881	.024	.989	36.165	.000
	Strategi Bisnis	-.172	.059	-.086	-2.940	.004
	Adaptabilitas Lingkungan	.034	.055	.019	.624	.535
a. Dependent Variable: Kinerja Pemasaran						

Sumber: Output SPSS (data diolah 2023)

Untuk mengetahui t_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan rumus $df = n - k$. Dimana (n) adalah jumlah sampel, dan (k) adalah jumlah variabel dan tingkat signifikan 0,05. Jadi $df = 79 - 3 = 76$, maka dapat diperoleh t_{tabel} sebesar 1,99167. Berikut hasil analisis uji statistik t dalam tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kompetensi Kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran

Kompetensi kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasara Nilai t hitung untuk variabel kompetensi kewirausahaan sebesar 36.165. t_{hitung} 36.165 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,99167. Nilai dari signifikan kompetensi kewirausahaan (X_1) $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima. Maka variabel Kompetensi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja pemasaran.

2. Strategi Bisnis terhadap kinerja pemasaran

Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Pemasara Nilai t hitung untuk variabel Strategi Bisnis sebesar -2.94. t_{hitung} -2.940 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,99167. Nilai dari signifikan strategi bisnis (X_2) $0,004 < 0,05$, maka H_a diterima. Maka variabel strategi bisnis memiliki pengaruh terhadap kinerja pemasaran.

3. **Adaptabilitas lingkungan terhadap kinerja pemasaran**

Adaptabilitas lingkungan Terhadap Kinerja Pemasara Nilai t_{hitung} untuk variabel Adaptabilitas lingkungan sebesar 0,624. t_{hitung} 0,624 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,99167. Nilai dari Adaptabilitas lingkungan (X3) 0,535 < 0,05, maka H_a ditolak. Maka variabel adaptabilitas lingkungan tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran.

4. **Koefisien Determinasi**

Koefisien Determinasi R^2 adalah seberapa jauh dalam mengukur secara terpisah adanya suatu dampak variabel bebas terhadap variabel terikat. Setelah melakukan pada uji regresi linier berganda maka diperoleh seperti tabel berikut:

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.976 ^a	.953	.952	.515	1.917
a. Predictors: (Constant), Adaptabilitas Liingkungan, Kompetensi Kewirausahaan, Strategi Bisnis					
b. Dependent Variable: Kinerja Pemasaran					

Sumber: output SPSS (data diolah) 2023

5. **KESIMPULAN**

Kompetensi Kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran

Kompetensi kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasara Nilai t hitung untuk variabel kompetensi kewirausahaan sebesar 36.165. t_{hitung} 36.165 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,99167. Nilai dari signifikan kompetensi kewirausahaan (X1) 0,000 < 0,05, maka H_a diterima. Maka variabel Kompetensi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja pemasaran.

Strategi Bisnis terhadap kinerja pemasaran

Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Pemasara Nilai t hitung untuk variabel Strategi Bisnis sebesar -2.94. t_{hitung} -2.940 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,99167. Nilai dari signifikan strategi bisnis (X2) 0,004 < 0,05, maka H_a diterima. Maka variabel strategi bisnis memiliki pengaruh terhadap kinerja pemasaran.

Adaptabilitas lingkungan terhadap kinerja pemasaran

Adaptabilitas lingkungan Terhadap Kinerja Pemasara Nilai t_{hitung} untuk variabel Adaptabilitas lingkungan sebesar 0,624. t_{hitung} 0,624 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,99167. Nilai dari Adaptabilitas lingkungan (X3) 0,535 < 0,05, maka H_a ditolak. Maka variabel adaptabilitas lingkungan tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran.

6. **REFERENSI**

Dr. Vladimir, V. F. (1967). Analisis Kompetensi Entrepreneurial, Strategi Kewirausahaan Dan Modal Sosial Terhadap Kinerja Usaha Pada Kampoeng Sepatu Di Sidoarjo Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 1(69), 5–24.

Fitriyah, S., Dian Anggraeni, D., Studi Ilmu Pertanian Pascasarjana, P., Sultan Ageng Tirtayasa, U., Studi Agribisnis, P., & Pertanian, F. (2021). The Influence Of Entrepreneurship Orientation And Business Environmental Adaptation Toward Banten Culinary Sme’s Marketing Performance In Serang City. *Jurnal Ilmu Pertanian Tirtayasa*, 3(2), 2021.

Ikhwan, M., Wulandari, A., & Anis, B. J. (22 C.E.). Peran Adaptabilitas Lingkungan Dalam Memediasi Orientasi Pasar Dan Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan. *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 3(01), 43–56. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.V3i01.300>

Kurniawan, A., & Yun, Y. (2018). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Dan Kelangkaan Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 65. <https://doi.org/10.33603/jibm.V2i1.998>

- Ludiya, E., & Kurniawan, A. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada Umkm Bidang Fashion Di Kota Cimahi. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 11(2), 141–154.
- Mustikowati, R. I., & Tysari, I. (2015). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Ukm Sentra Kabupaten Malang). *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 10(1), 23.
- Nanda Utami, E., & Dwi Mulyaningsih, H. (2016). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Umkm. *Bisnis Dan Iptek*, 9(2), 98–109.
- Nurrohmah, I., & Suryoko, S. (2020). Pengaruh Kompetensi Wirausaha Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Pada Usaha Batik Tulis Di Grobogan-Jawa Tengah). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*,
- Qinthara, F., Suzan, L., & Assalam, A. G. (2020). Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Perusahaan. *E-Proceeding Of Management*, 7(2), 518–521.
- Safitri, P., & Fajrin, Z. (2019). Strategi Bisnis Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Menengah Kopiah Resam Mentari Kota Pangkalpinang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 61–74.
- Susanto, O. A., & Sukarno, G. (2021). Analisis Kompetensi Entrepreneurial, Strategi Kewirausahaan Dan Modal Sosial Terhadap Kinerja Usaha Pada Umkm Mebel Di Kota Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*,
- Syarofi, M., Agama, I., Al, I., Assunniyyah, F., & Jember, K. (2022). Pengaruh Strategi Bisnis Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Analisis Swot Pada Usaha Kecil Menengah Songkok “Udeng Bali” Genteng Banyuwangi. *Al-Tsaman: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 4(02), 114-124., 2(2), 112–122.
- Udeng, S., & Genteng, B. (2022). 1, 2. 2.