

PENGARUH ORIENTASI
PASAR DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP KINERJA EKSPOR
PERUSAHAAN PADA PT
SARIKAYA SEGA UTAMA
BANJARBARU KALIMANTAN
SELATAN

by Halimah Tussaddiah

Submission date: 30-Aug-2018 07:46AM (UTC+0700)

Submission ID: 994746463

File name: JURNAL_HALIMAH_TUSSADDIAH.docx (127.28K)

Word count: 3345

Character count: 20633

6
**PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
KINERJA EKSPOR PERUSAHAAN PADA PT SARIKAYA SEGA UTAMA
BANJARBARU KALIMANTAN SELATAN**

18
*The Influence Of Market Orientation And Product Innovation On The Performance Of
Exports Of Companies In PT Sarikaya Segi Utama Banjarbaru Kalimantan Selatan*

Halimah Tussaddiah, Muhammad Helmi, Maghdalena Yoeseran

Jurusan Kehutanan

Fakultas Kehutanan Universitas Lambung Mangkurat

ABSTRACT Industrial companies certainly have a fundamental goal to increase performance. Concepts that can be used to achieve corporate performance goals market orientation and product innovation. Market orientation is the behavior of the organization in order to provide the best value to customers by finding customer desires and needs, product innovation is the behavior of the organization as product progress that can bring products one step ahead of competing products. Determination of the object of this research is at PT Sarikaya Segi Banjarbaru South Kalimantan to prove whether market orientation has a significant effect on company performance and whether innovation has a significant effect on company performance. The purpose of this study was to analyze the effect of market orientation on the performance of PT Sarikaya Segi Utama and analyze the effect of product innovation on the company's performance at PT Sarikaya Segi Utama. The unit of analysis in this study was all of PT Sarikaya Segi Utama's export products. Respondents in this study were company directors, company managers, marketing managers, production managers and financial managers. Hypothesis testing proved that there was no significant effect between market orientation on company performance where the value of t value was 0.822 and p value was 0.412, while the second hypothesis proved that there was no significant effect between product innovation on company performance where the value of t value was 1.009 and p value was 0.314.

Keywords: Marketing orientation, Product innovation and Firm Performance

ABSTRACT Perusahaan industri pasti memiliki tujuan pokok untuk meningkat kinerja. Konsep yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan kinerja perusahaan yaitu orientasi pasar dan inovasi produk. Orientasi pasar adalah perilaku organisasi dalam rangka memberikan nilai yang terbaik terhadap pelanggan dengan menemukan keinginan dan kebutuhan pelanggan, inovasi produk adalah perilaku organisasi sebagai kemajuan produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaing. Penentuan objek penelitian ini adalah pada PT Sarikaya Segi Banjarbaru Kalimantan Selatan untuk membuktikan apakah orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan dan apakah inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan PT Sarikaya Segi Utama dan menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap kinerja perusahaan pada PT Sarikaya Segi Utama. Unit analisis dalam penelitian ini adalah semua produk ekspor PT Sarikaya Segi Utama. Responden pada penelitian ini adalah direktur perusahaan, manager perusahaan, manager pemasaran, manager produksi dan manager keuangan. Pengujian hipotesis terbukti bahwa tidak berpengaruh signifikan antara orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan dimana nilai t value 0,822 dan nilai p value 0,412, sedangkan hipotesis yang kedua terbukti bahwa tidak berpengaruh signifikan antara inovasi produk terhadap kinerja perusahaan dimana nilai t value 1,009 dan nilai p value 0,314.

4
Kata kunci: Orientasi pasar, inovasi produk dan kinerja perusahaan

Penulis untuk korespondensi, surel: frhalimah@gmail.com

PENDAHULUAN

Rotan adalah bahan baku industri yang tergolong ramah lingkungan, sehingga produk hasil industri olahan rotan secara langsung juga merupakan produk ramah lingkungan (Maulana, 2017). PT Sarikaya Segi Utama adalah daerah produksi kerajinan dan furnitur yang terbuat dari bahan baku rotan dan kayu, dimana di PT Sarikaya Segi Utama menghasilkan atau memproduksi jenis kerajinan yang berbeda seperti *Rattan carpet*, *Rattan Ajiro Carpet*, *Rattan Saburina Carpet*, *Wood Carpet*, *Wood Moulding*.

Orientasi pasar adalah perilaku organisasi yang memberikan nilai terbaik terhadap pelanggan dengan menemukan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Perusahaan dapat berorientasi pada orientasi pesaing dan orientasi pelanggan. Orientasi tersebut dapat terlaksana baik jika perusahaan melakukan koordinasi (*interfunctional coordination*) antar fungsional dengan baik.

Inovasi produk adalah perilaku organisasi untuk kemajuan produk perusahaan yang membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaing. Inovasi produk dapat menciptakan berbagai bentuk produk, sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan adalah suatu pencapaian organisasi perusahaan dalam waktu tertentu. Orientasi pasar dan inovasi produk yang baik di PT. Sarikaya Segi Utama akan memberikan nilai yang baik pada pemasaran perusahaan yang baik oleh pihak manajemen. Kinerja perusahaan yang baik merupakan salah satu indikator berkembangnya perusahaan.

Hasil penelitian mengenai orientasi pasar yang berbeda menjadi dasar dilakukan penelitian ini yaitu menguji pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk pada kinerja perusahaan. Penelitian ini mengambil objek pada di PT. Sarikaya Segi Utama. Tujuan yang ingin dicapai pada beberapa alasan, yaitu untuk membuktikan orientasi pasar di PT. Sarikaya Segi Utama berpengaruh signifikan atau tidak antara kinerja perusahaan dan inovasi produk berpengaruh signifikan atau tidak antara kinerja perusahaan.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Sarikaya Segi Utama Landasan Ulin Tengah Banjarbaru Kalimantan Selatan dalam. Waktu penelitian dilakukan selama ± 5 bulan, dari bulan Februari 2018 s/d Juli 2018 yang meliputi kegiatan persiapan, pengambilan data lapangan, pengolahan data dan penyusunan skripsi.

Alat dan Bahan Penelitian

Alat dan bahan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, Alat tulis untuk mencatat data lapangan, Kalkulator untuk menghitung data, Laptop untuk mengolah data, Kamera untuk mendokumentasikan penelitian. Bahan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner

Variabel Penelitian

Variabel adalah sebagai atribut seseorang atau obyek dengan obyek lainnya (Hatch & Farhady, 1981). Variabel dalam penelitian ini adalah variabel dependen dan independen, Variabel dependen pada penelitian ini yaitu kinerja perusahaan sedangkan variabel independen yaitu orientasi pasar dan inovasi produk.

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional suatu variabel dengan cara memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Nasir, 1998). Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah.

Orientasi Pasar

Orientasi pasar adalah Perilaku organisasi dalam rangka memberikan nilai yang terbaik terhadap pelanggan dengan menemukan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Inovasi produk

Inovasi produk adalah perilaku organisasi untuk kemajuan produk perusahaan yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaing.

Kinerja perusahaan

Kinerja perusahaan adalah suatu pencapaian organisasi perusahaan dalam waktu tertentu.

Populasi dan Responden

Populasi pada penelitian ini produk yang ada di perusahaan. Responden dalam penelitian ini adalah Direktur perusahaan, Manager Perusahaan, Manager pemasaran, Manager produksi dan Manager keuangan.

21

Pengumpulan data

Pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode survei yaitu melakukan penyebaran kuesioner pada Direktur Perusahaan PT Sarikaya Sega Utama, Manager perusahaan, Manager Produksi, Manager Keuangan dan Manager Pemasaran, dimana dalam nasaran ini ada 30 produk yang ingin diperoleh datanya yang ada di PT. Sarikaya Sega Utama. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder.

Data Primer

Data primer adalah jawaban dari responden dengan melakukan wawancara secara langsung dari pertanyaan di kuisisioner. Data primer penelitian ini diperoleh dari kuisisioner yang diberikan kepada manager industri rotan PT Sarikaya Sega Utama

20

Data Sekunder

Data sekunder adalah yang di peroleh dari instansi dan perusahaan, karya ilmiah dan studi pustaka yang mendukung penulisan. Data sekunder penelitian ini adalah keadaan umum sejarah perusahaan, struktur perusahaan dan profil perusahaan.

Pengukuran Data

Pengolahan data kuesioner yaitu dengan cara memberikan nilai bobot di setiap pertanyaan dengan cara menggunakan skala likert. Variable yang di ukur menjadi indikator atau variabel. Kategori penilaian dan bobot dari kemungkinan jawaban responden adalah sebagai berikut (Sekaran, 2009)

Tabel 1. Pemberian Bobot Penilaian Pada Kuesioner

Kategori	Bobot
sangat setuju	5
setuju	4
kurang setuju	3
tidak setuju	2
sangat tidak setuju	1

Analisis data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis PLS-SEM, dengan software Smart-PLS3. Menurut (Hair et al, 2014).

Pengukuran Model

Pengukuran model dapat diukur dengan melihat *Internal Consistency (Composite Reliability)*, *Convergent Reliability (Average Variance Extracted)*,

Pengukuran Model Struktural

Pengukuran model struktural mengetahui variabel yang valid dan reliabel, hal yang akan dilakukan setelah itu adalah melakukan pengukuran model struktural yaitu dengan pengujian dari kapabilitas model dan hubungan antara variabel. Ada beberapa tahapan yang akan dilakukan dalam pengukuran ini yaitu mengukur collinearity, mengukur signifikansi dan relevansi hubungan model struktural, mengukur R Square, mengukur seberapa besar efek F Square.

Goodnes of Fit

7
Goodnes of fit pengukuran tunggal yang digunakan agar memvalidasi performa gabungan antara model pengukuran dan model struktural. Nilai dari *goodnes of fit* berkisar antara 0 sampai dengan 1 nilai 0,1 menunjukkan bahwa *goodnes of fit* kecil, 0,25 Moderate, 0,3 keatas besar, nilai *Communalities* didapatkan dari nilai loading yang dikuadratkan (Yamin & Kurniawan, 2011).

Menghitung nilai GOF dapat menggunakan rumus:

$$GOF = \sqrt{\text{communality} \times R^2}.$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah PT Sarikaya Sega Utama, Kuesioner yang disebarakan dalam penelitian ini sebanyak 150 kuesioner dengan melakukan wawancara dan diskusi, Responden dalam penelitian ini terdiri dari direktur perusahaan, manager perusahaan, manager produksi, manager pemasaran dan manager keuangan, dimana masing-masing 30 kuesioner untuk satu responden dapat dilihat pada Tabel 1 merupakan jenis produk yang terdapat diperusahaan dengan berjumlah 30 produk.

Tabel 2. Rata-Rata Semua Variabel

NO	Jenis produk	CSO	CPO	IFC	IP	FP
1	Saburina lipat+tas	4,04	3,8	3,99	3,76	2,68
2	Webbing carpet	4,09	3,8	4,04	3,92	2,45
3	Wood carpet solid	3,95	3,8	4,07	3,92	2,46
4	Saburina bantal	4,01	3,8	4,02	3,84	2,42
5	Jabutong lis kain	4,06	3,8	4,04	3,68	2,47
6	Bambu carpet17mm	4,07	3,8	4,04	3,6	2,54
7	Bambu carpet 4 mm	4,04	3,8	4,04	3,68	2,57
8	Ajiro catur	4,18	3,8	4,04	3,76	2,65
9	Ajiro polos motif	3,95	3,8	4,04	3,64	2,49
10	Partisi	3,97	4	3,99	3,92	2,60
11	Kursi lipat	4,05	3,95	4,09	3,8	2,32
12	Figura	4,04	3,8	4,04	3,68	2,57
13	Tikar kayu motif	4,07	3,7	4,00	3,64	2,45
14	Sajadah lipat	4,04	3,8	3,92	4	2,41
15	Taplak saburina	4,12	3,6	3,92	3,8	2,38
16	Saburina printing	4,14	3,8	3,98	3,8	2,31

17	Rumbia motif	4,39	3,8	3,97	3,76	2,26
18	Taplak rumbia	4,06	3,8	3,99	3,76	2,33
19	Sajadah rumbia	4,04	3,8	4,04	3,92	2,53
20	Rumbia polos	4,31	3,8	4,05	3,76	2,33
21	Meja lipat	4,25	4,15	4,04	3,68	1,93
22	Saburina catton	4,09	3,8	3,97	3,8	2,41
23	Wood carpet	4,16	4,1	4,04	3,84	2,53
24	Krey sungkai	3,95	3,8	3,77	3,72	2,49
25	Krey meranti	3,86	3,8	3,90	3,72	2,49
26	Jok mobil catton	4,21	3,8	4,04	3,92	2,57
27	Krey galam	3,95	3,85	3,77	3,8	2,49
28	Krey rotan	3,95	3,5	3,7	3,68	2,49
29	Lampit catton	4,45	3,9	3,43	3,48	2,54
30	Taplak wood carpet	4,41	3,85	4,17	3,88	2,68
Rata-rata		4,09	3,82	3,97	3,77	2,46

Sumber: Data Primer (2018)

Tabel 2 variabel kinerja perusahaan (*firm performance*) memiliki nilai 2,46 yang dapat diartikan adanya kecenderungan atau penurunan kinerja perusahaan meskipun terdapat orientasi pelanggan, orientasi pesaing, koordinasi interfunksional, dan inovasi produk tidak dapat dilakukan dengan baik untuk meningkatkan kinerja perusahaan karena adanya faktor external yaitu adanya krisis prekonomian dibagian pemasaran ekspor. Lebih luasnya perusahaan PT. Sarikaya Sega Utama berorientasi ekspor diperusahaan memiliki kinerja perusahaan yang cenderung rendah.

Pengukuran Model

Pengukuran struktural dalam PLS melihat nilai outer loading pada kalkulator model. Instruk awal terdapat 7 indikator loading faktornya sangat kecil, sehingga indikator ini dikeluarkan. Hasilnya nilai loading faktor telah memenuhi syarat awal dalam analisis PLS, yaitu memiliki nilai rata-rata diatas 0,5. Disajikan pada Tabel 3.

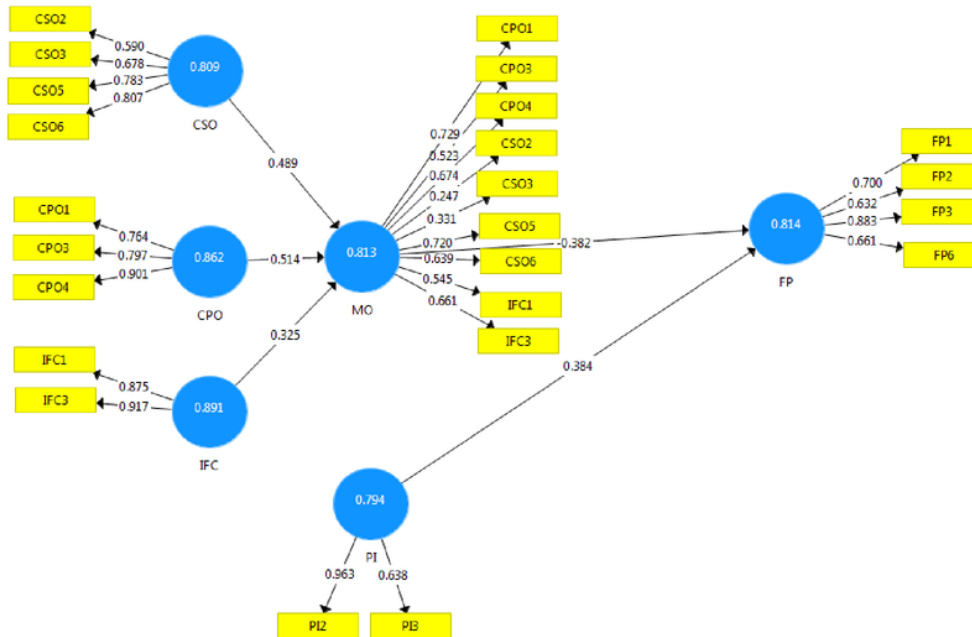
Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian

Tabel 3. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Variable	Indicator	Loadings	Alpha's Cronbach	Composite Reliability	AVE	Description
Competitor Orientation	CPO1	0,764	0,762	0,862	0,677	Valid dan Realibel
	CPO3	0,797				
	CPO4	0,901				
	CSO2	0,590				
Customer Orientation	CSO3	0,678	0,714	0,764	0,518	Valid dan Realibel
	CSO5	0,783				
	CSO6	0,807				
Coordination Interfunksional	IFC1	0,8	0,758	0,788	0,804	Valid dan Realibel
	IFC3	0,918				
Product Innovation	PI2	0,970	0,579	1,043	0,664	Valid dan Realibel
	P13	0,616				
Frim Performance	FP1	0,735	0,745	0,693	0,526	Valid dan Realibel
	FP2	0,671				
	FP3	0,895				
	FP6	0,618				

Sumber : Data Primer (2018)

Berdasarkan Tabel 3 semua indikator yang membangun konstruk atau model sudah valid dan reliabel. Selanjut akan dilakukan pengujian. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas yang valid bisa dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Uji Hipotesis Model Struktural Sudah Valid
Sumber: Data Primer (2018)

Uji statistik

Internal *consistency* memenuhi nilai composite reliability diatas $> 0,7$ dan cronbach alpha. Convergent validity Hasil uji structural memenuhi syarat convergent validity, karena sebagian memiliki outer loading diatas $0,5$ memenuhi nilai akar AVE lebih besar. Dapat disimpulkan bahwa model dalam PLS memenuhi syarat convergent validity seluruh struktural dan struktur dalam model pengukuran memenuhi persyaratan untuk dilakukan analisis berikutnya, yaitu analisis model struktural.

Pengujian Model Struktural

Hasil analisis nilai *Collynearty* sebesar $1,009$ berarti nilai *collynearty* berada diantara $0,2$ dan $0,5$ maka tidak ada variabel yang perlu dihapus dari model penelitian.

Mengukur signifikansi dan relevansi hubungan model struktural

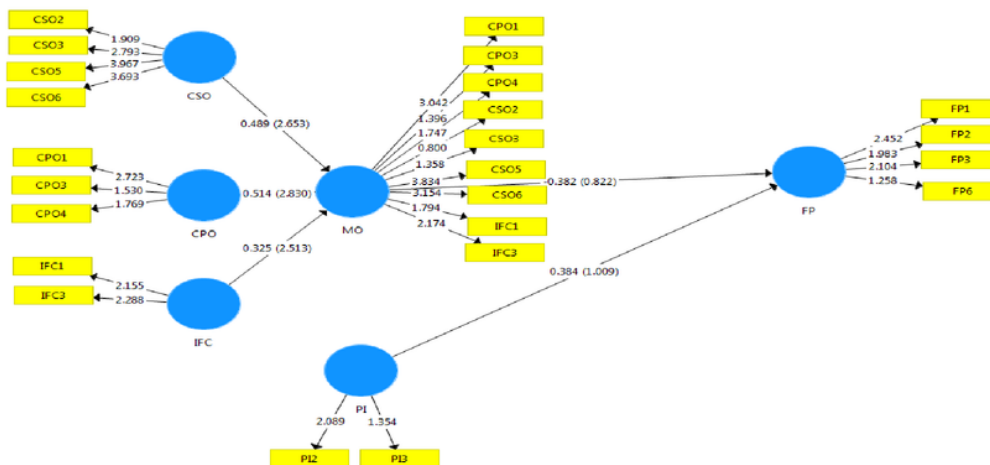
Jika sebuah hipotesis signifikan, maka *T value* akan menunjukkan angka diatas $1,95$ untuk signifikan level= 10% , diatas $1,96$ untuk signifikan level= 5% . Indikasi tersebut dapat dilihat juga dari *P value* dimana nilai $< 0,05$ dikategorikan sedang dan $< 0,01$ dikategorikan sangat signifikan dari $> 0,1$ dikategorikan tidak signifikan. (Hair *et all*, 2014).

Tabel 4. Rekapitulasi Uji Model Struktural

Variabel	Original Sampel (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Statistic (O/STD EV)	P Value	Description
MO->FP	0,382	0,141	0,464	0,822	0,412	Tidak Signifikan
PI->FP	0,384	0,162	0,380	1.009	0,314	Tidak Signifikan

Sumber : Data Primer (2018)

Pengujian model struktural sesuai Tabel 4, terlihat bahwa pengaruh variabel orientasi pasar (*Marketing orantation*) terhadap kinerja perusahaan (*Frim perfomance*) dengan nilai *T value* 0,822 dan *P value* 0,412 berarti orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan tidak signifikan sedangkan inovasi produk (*Product innovation*) terhadap kinerja perusahaan (*Frim perfomance*) dengan nilai *T value* 1,009 dan *P value* 0,314, berarti inovasi produk terhadap kinerja perusahaan tidak signifikan.



Gambar 2. Rekapitulasi model struktural

Sumber: Data Primer (2018)

Pengujian Hipotesis Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan

H1: Pengujian hipotesis Orentasi pasar (*Marketing Orientation*) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja perusahaan (*Firm Perfomance*) Industri Rotan PT. sarikaya sega utama dapat dilihat pada Tabel 10 nilai *T value* hasil perhitungan adalah 0,822 dan nilai *P value* 0,412, maka nilai H1 tidak diterima, karena permintaan ekspor menurun karena adanya faktor eksternal yaitu perekonomian Jepang menurun saat ini karena industri Jepang mengalami penurunan sebab melemahnya daya beli konsumen dan ekspor impor sehingga krisis yang terjadi di Jepang disebabkan karena adanya peningkatan nilai yen sehingga harga barang-barang produksi Jepang lebih mahal di pasaran lokal dan internasional. Kondisi perekonomian tersebut membuat lesunya perekonomian Jepang sehingga nilai perdagangan Jepang dengan Indonesiapun menurun drastis khususnya ekspor rotan.

Krisis perekonomian di Jepang sudah pastinya membawa dampak bagi negara yang memiliki hubungan perdagangan secara langsung dengan Jepang, salah satunya yaitu Indonesia. Jepang adalah salah satu tujuan ekspor utama Indonesia. PT Sarihya Sega Utama juga kekurangan memasukan bahan baku karena petani rotan lebih tertarik untuk mengekspor dari pada menjual ke industri dalam negeri sebab harga rotan mentah dalam negeri cenderung rendah. Harga rotan dalam negeri pada tahun 2013 sebesar Rp 6000/kg sedangkan harga jualnya meningkat apabila diekspor yaitu sebesar Rp 17.000/kg.

Rata-rata dari permintaan ekspor yang paling tidak diminati oleh Jepang yaitu produk saburina dan produk lainnya karena strategi pasar Jepang awalnya pengimpor kerajinan produk rotan dari Indonesia, kini Jepang lebih mengadakan impor dari Indonesia pada rotan setengah jadi, lalu Jepang mengelola dan menjadikan produk kerajinan dan menginovasi sendiri produk tersebut. Sehingga Jepang tidak meminati produk diperusahaan seperti saburina. Apabila pertumbuhan pelanggan ekspor menurun otomatis pertumbuhan jumlah penjualan juga menurun dan keuntungan perusahaan juga menurun. Pertumbuhan pangsa pasar ekspor juga menurun sehingga perusahaan beralih kepasar lokal dan mengubah produknya.

Pengujian Hipotesis Inovasi Produk terhadap Kinerja Perusahaan

H2: Pengujian hipotesis inovasi produk (*Product innovation*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan (*Firm Performance*) Industri Rotan PT. sarikaya 7 ga utama dapat dilihat pada Tabel 10 nilai *T value* hasil hipotesis nilai *T value* hasil perhitungan adalah 1.009 dan nilai *P value* 0,314 maka nilai H2 tidak diterima, hal ini disebabkan Industri PT Sarikaya Segi Utama tidak melakukan inovasi produk dibagian pemasaran ekspor karena sesuai spesifikasi barang yang diminta atau hanya menerima order jadi kinerja perusahaan tersebut menurun.

1 Inovasi sangat penting untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Suatu produk dan juga inovasi sebagai sarana bertahan, bukan hanya pertumbuhan menghadapi ketidakpastian lingkungan dan kondisi persaingan bisnis yang semakin meningkt. Perlu adanya inovasi produk dibagian pemasaran ekspor agar Industri PT Sarikaya Segi Utama dapat menciptakan kesempatan dalam menawarkan kepada pelanggan nilai produk atau layanan yang lebih tinggi sehingga kinerja perusahaan tersebut meningkat.

Analisa Ukuran R Square

R Square didalam satu variabel akan meraskankan seberapa besar nilai dari variabel laten eksogen mampu menjelaskan variabel endogennya. Nilai R Square yaitu sebesar 0.273 yang berarti bahwa orientasi pesaing (*competitor orientation*), orientasi pelanggan (*customer orientation*), koordinasi interfunksional (*coordination interfunksional*) orientasi pasar (*marketing orientation*) dan inovasi produk (*product innovation*) mampu menjelaskan kinerja perusahaan 2,73% dan sisanya sebesar 97,27%.

Analisa Ukuran Efek F Square

Perhitungan *F Square* digunakan untuk memberikan tambahan dari evaluasi *R Square*, Nilai *F Square* memberikan perhitungan tentang seberapa besar perubahan *R Square*, salah satu variabel eksogen dihapuskan ukuran *F Square*. Nilai *F square* orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan adalah 0,199 dikategorikan nilai *F Square*= sedang sedangkan nilai *F Square* PI terhadap FP adalah 0,202 dikategorikan nilai *F Square* = Sedang

Goodness of Fit Model

Nilai *goodness of fit* berkisar antara 0 sampai satu dengan nilai 0,1 kecil, 0,25 moderate dan 0,36 besar (Yamin&Kurniawan,2011). Nilai *goodnes of fit* adalah 0,415 atau sebesar 41,5%

$$\begin{aligned} \text{GoF} &= \sqrt{\text{Avarage} \times R^2} \\ &= \sqrt{0,6364 \times 0,273} = 0,415 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan, rata-rata Avarage adalah 0,6364 sedangkan R2 adalah 0,273. Oleh karena itu maka dapat dihitung nilai *GoF* yaitu 0,415 atau sebesar 41,5 %. Karena hasil nilai *GoF* diatas 0,36. Maka nilai tersebut termasuk nilai *Gof* besar. Kesimpulan hasil *Gof* tersebut adalah performa antara model pengukuran dan meodel struktural secara keseluruhan sangat baik artinya model ini bisa digunakan dengan kasus yang berbeda.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Orientasi pasar tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan pada industri rotan PT Sarikaya Segi Utama. Dapat ditunjukkan dengan nilai *T value* (0,822) dan nilai *P value* (0,412). Inovasi produk tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan pada industri rotan PT Sarikaya Segi Utama. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *T value* (1,009) dan nilai *P value* (0,314).

Saran

PT Sarikaya Segi Utama pada pihak manajemen dan pemilik perusahaan sebaiknya lebih meningkatkan inovasi produk. Perusahaan hanya berinovasi pada pemasaran lokal seharusnya perusahaan juga melakukan inovasi pada pemasaran ekspor, membuat *show room* di beberapa daerah, memperluas pasar dengan sasaran pasar baru dan menciptakan nilai harga yang efektif sehingga kedepannya meningkatkan kinerja perusahaan.

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Kuesioner Untuk Setiap Manager

Orientasi Pasar (X1)

NO	Orientasi pasar (<i>Market Orientation</i>)	STS	TS	KS	S	SS
1	Orientasi Pelanggan Produk yang kami kelola selalu berkomitmen untuk memenuhi apa yang menjadi keinginan para pelanggan Strategi produk kami digerakkan oleh keyakinan tentang bagaimana kami dapat menciptakan nilai yang lebih baik bagi para pelanggan Kami fokus dalam melayani kebutuhan pelanggan Tujuan usaha kami untuk memenuhi kepuasan pada pelanggan Kami selalu mengukur kepuasan pelanggan secara teratur Kami memberi garansi produk kami kepada pelanggan (garansi 1 bulan atau lebih)					
2	Orientasi Pesaing Bagian penjualan kami selalu berbagi informasi ke dalam anggota organisasi terkait strategi produk para pesaing Kami selalu merespon dengan cepat terhadap tindakan-tindakan pesaing atau perilaku pesaing Para pimpinan perusahaan kami selalu mendiskusikan strategi produk para pesaing Kami selalu mencari peluang pemasaran untuk memenangkan persaingan					
3	Koordinasi Antar Fungsi Kami selalu mengkoordinasikan setiap informasi dari para pelanggan Kami selalu membagi informasi kepada setiap bidang organisasi saran atau pemikiran					

Kami menyatukan dari semua bidang pada organisasi kami untuk membuat strategi
Setiap bidang organisasi kami berkontribusi pada penciptaan nilai kepada pelanggan

Sumber: Never dan Slater (1990).

1

Inovasi Produk (X2)

No	Inovasi Produk	STS	TS	KS	S	SS
1	Produk kami selalu menciptakan produk dengan desain yang berbed					
2	Kami membuat produk dengan bahan baku yang berbeda dari biasanya					
3	Kami selalu mengembangkan proses produksi dengan cara yang lebih efektif dan efisien					
4	Kami selalu meningkatkan kualitas pada setiap proses produksi					
5	Kami selalu memberikan pelayanan yang baik untuk mengantarkan produk yang telah dibeli atau dipesan tanpa menggunakan tarif tambahan					

Sumber: Fahmi Sulus (2016)

Kinerja Perusahaan (Y)

No	Kinerja Perusahaan	LL	L	N	T	LT
1	Pertumbuhan penjualan (ekspor) produk perusahaan kami tahun ini dibandingkan 1 tahun sebelumnya					
2	Pertumbuhan pangsa pasar relatif perusahaan kami ini dibandingkan 1 tahun sebelumnya					
3	Pertumbuhan jumlah pelanggan tujuan ekspor perusahaan kami tahun ini dibandingkan 1 tahun sebelumnya					
4	Pertumbuhan keuntungan perusahaan kami tahun ini dibandingkan 1 tahun sebelumnya					
5	Pertumbuhan aset perusahaan kami tahun ini dibandingkan 1 tahun sebelumnya					
6	Kinerja keseluruhan bisnis perusahaan kami tahun ini dibandingkan dalam 1 tahun sebelumnya					

Sumber: M. Helmi (2017)



PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA EKSPOR PERUSAHAAN PADA PT SARIKAYA SEGA UTAMA BANJARBARU KALIMANTAN SELATAN

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	3%
2	id.123dok.com Internet Source	2%
3	publikasi.dinus.ac.id Internet Source	1%
4	andiku-ekonomi-andiku.blogspot.com Internet Source	1%
5	mafiadoc.com Internet Source	1%
6	www.neliti.com Internet Source	1%
7	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%
8	repository.uinsu.ac.id Internet Source	1%

9	pt.scribd.com Internet Source	1%
10	Haryati Lakamisi. "Prospek agribisnis tanaman hias dalam pot (POTPLANT)", <i>Agrikan: Jurnal Ilmiah Agribisnis dan Perikanan</i> , 2010 Publication	1%
11	library.upnvj.ac.id Internet Source	<1%
12	uir.unisa.ac.za Internet Source	<1%
13	media.neliti.com Internet Source	<1%
14	T. Ramayah, Nusrah Samat, May-Chiun Lo. "Market orientation, service quality and organizational performance in service organizations in Malaysia", <i>Asia-Pacific Journal of Business Administration</i> , 2011 Publication	<1%
15	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1%
16	lib.unnes.ac.id Internet Source	<1%
17	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1%

18

jurnal.amaypk.ac.id

Internet Source

<1%

19

eprints.undip.ac.id

Internet Source

<1%

20

Elva Nuraina, Anggita Langgeng Wijaya.
"ANALISIS POTENSI PARIWISATA
BENDUNGAN GONGGANG GUNA
MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI
DAERAH KABUPATEN MAGETAN", Assets:
Jurnal Akuntansi dan Pendidikan, 2014

Publication

<1%

21

docobook.com

Internet Source

<1%

22

www.reportshop.co.kr

Internet Source

<1%

23

Güneş Erdoğan, Jean-François Cordeau,
Gilbert Laporte. "The Attractive Traveling
Salesman Problem", European Journal of
Operational Research, 2010

Publication

<1%

Exclude quotes

On

Exclude matches

Off

Exclude bibliography

On