

ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DAN PENGGUNAAN MEDSOS TERHADAP DAYA SAING INDUSTRI TAHU TEMPE GARUM

Amelia Torika Ratnasari¹, Ayun Maduwinarti², Diana Juni Mulyati³
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: ameliatorika0@gmail.com, ayun@untag-sby.ac.id, diana@untag-sby.ac.id

ABSTRAK

Industri merupakan bagian dari UMKM, industri sendiri adalah usaha yang kegiatannya berkaitan dengan pengolahan/pembuatan bahan baku mentah menjadi bahan baku jadi di pabrik. Saat ini persaingan industri saat ini sangat ketat, para pemilik industri dihadapkan oleh berbagai peluang dan ancaman baik dari dalam industri maupun ancaman dari luar industri. Jika Industri tidak bisa mengatasi ancaman yang terjadi, kemungkinan akan membahayakan bagi kelangsungan industrinya. Terdapat banyak sentra Industri yang ada di Kecamatan Garum, khususnya industri Tahu Tempe. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variabel orientasi kewirausahaan, kompetensi kewirausahaan dan media sosial terhadap daya saing pada sentra industri tahu tempe di Kecamatan Garum Kabupaten Blitar. Metode penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan asosiatif, sampel pada penelitian ini 30 responden pemilik industri di Kecamatan Garum. Pengambilan sampel dengan sampel jenuh (sensus). Penelitian ini dilakukan selama empat bulan dari bulan Maret-Juni 2024. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa orientasi kewirausahaan, kompetensi kewirausahaan, dan media sosial berpengaruh signifikan terhadap daya saing. Namun, untuk orientasi kewirausahaan dan kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan dan untuk arahnya media sosial berpengaruh negatif signifikan terhadap daya saing. Oleh karena itu, orientasi kewirausahaan, kompetensi kewirausahaan, dan media sosial bersama-sama memiliki dampak yang signifikan terhadap daya saing.

Kata Kunci: *Orientasi Kewirausahaan, Kompetensi Kewirausahaan, Daya Saing*

1. PENDAHULUAN

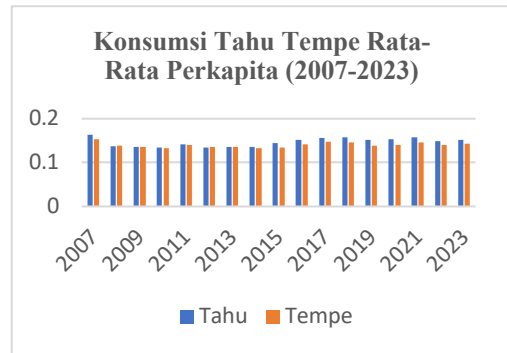
UMKM telah menjadi pusat ekonomi negara dan mempengaruhi banyak aspek kehidupan masyarakat. Banyak industri kecil yang bertahan bahkan selama krisis ekonomi pertengahan tahun 1997 yang melanda Indonesia karena dianggap sangat fleksibel dan dapat menyesuaikan diri dengan perubahan. Karena banyak alasan, seperti banyak pekerja, gaji rendah, dan bahan baku yang mudah diakses, industri kecil sangat populer di daerah pedesaan. Akibatnya, orang-orang di pedesaan mungkin termotivasi untuk mendirikan industri, baik sebagai pekerjaan pokok maupun sebagai pekerjaan sampingan.

Industri tahu tempe, yang saat ini tersebar luas di banyak daerah, menghadapi masalah dan perubahan. Seiring dengan pertumbuhan populasi dan urbanisasi, permintaan tahu dan tempe terus meningkat. Oleh karena itu, banyak persaingan muncul. Kebutuhan pelanggan, manajemen produk, dan pangsa pasar berubah karena perubahan dalam persaingan usaha. Karena mayoritas bisnis mikro, kecil, dan menengah ini didirikan oleh individu Djodjoko dan Tawas (2014). Industri tahu tempe mengolah produk pangan dari olahan kedelai, dan tahu tempe sangat disukai di Indonesia. Orang Indonesia biasanya makan tahu tempe sebagai pengganti protein hewani karena kandungan protein nabatinya yang tinggi.

Dengan mencapai 99,64% IRT kecil PDRB Kabupaten Blitar, kontribusi industri terhadap pertumbuhan ekonomi dan perluasan lapangan kerja hanya sebesar 2,55%. Hal ini sebagian besar disebabkan oleh dominasi IRT (687 formal dan 11.378 non-formal) di Kabupaten Blitar. Roda ekonomi Kecamatan Garum terutama didorong oleh pertumbuhan industri, khususnya industri kecil dan rumah tangga. Di tahun 2023, ada 1.080 perusahaan industri kecil formal dan nonformal didirikan untuk memenuhi persyaratan pangsa pasar regional dan nasional. Di sembilan kelurahan Kecamatan Garum terdapat banyak industri

kecil, termasuk industri tahu tempe. Hal ini menunjukkan semangat untuk bekerja keras dan tetap teguh dalam menghadapi tantangan.

Gambar 1.2 Konsumsi Tahu Tempe Rata-Rata Perkapita (2007-2023)



Sumber: Badan Pusat Statistik

Jumlah konsumsi tahu tempe yang dikonsumsi pada tahun 2023 rata-rata 0,295 kg (kg) setiap minggu, naik 2,53% dari 0,288 kg setiap minggu pada tahun sebelumnya menurut (BPS), dikutip dari bps.go.id (2024). Secara khusus, konsumsi tahu per kapita sebesar 0,151 kg setiap minggu pada tahun 2023, naik 2,33% dari 0,148 kg setiap minggu pada tahun 2022. Sementara konsumsi tempe per kapita sebesar 0,143 kg setiap minggu pada tahun 2023, naik 2,12 % dari 0,140 kg pada tahun sebelumnya.

Tabel 1 Data Industri Tahu Tempe di Kabupaten Blitar 2023

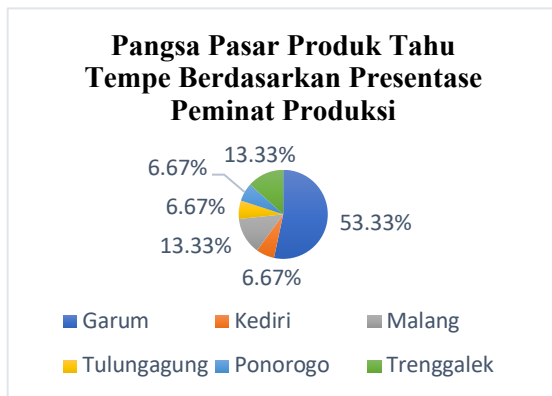
Jenis Produksi	Usaha Unit	Jumlah Tenaga Kerja
Tahu	59	446
Tempe	29	210

Sumber: Dinas Perindag Kabupaten Blitar

Berdasarkan data pada tabel 1 dari Dinas Perindag Kabupaten Blitar (bps.Blitarkab 2024) Industri tahu tempe yang terdaftar di pada tahun 2023 di Kabupaten Blitar, industri tahu sebanyak 29 dan industri Tempe sebanyak 59. Seiring dengan persaingan yang meningkat, seperti yang ditunjukkan oleh peningkatan konsumsi tahu tempe setiap minggu. Permintaan akan terus meningkat, dan produsen tahu tempe ini akan bersaing di pasar. Alasannya juga

dibarengi karena munculnya industri baru tahu tempe di pasaran,

Gambar 1.2 Presentase Pangsa Pasar Produk Tahu Tempe



Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan data gambar 1.2 menunjukkan bahwa pangsa pasar Kecamatan Garum berada di posisi pertama dengan persentase 53,33%, diikuti Trenggalek dan Malang sebesar 13,33. Dilanjutkan Ponorogo, Tulungagung, dan Kediri sebesar 6,67%. Artinya sampel yang ditemukan dijelaskan pangsa pasar tertinggi berada pada produksi tahu tempe di Garum.

Fenomena munculnya banyak produsen baru muncul di berbagai wilayah, telah mendorong pertumbuhan industri tahu tempe dan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal dan keberlanjutan pangan. Dengan minat masyarakat yang meningkat terhadap makanan yang sehat dan berkelanjutan, industri tahu tempe memiliki potensi besar untuk terus berkembang di masa depan. namun, untuk memiliki Daya Saing, banyak industri tahu tempe belum memahami betapa pentingnya Orientasi Kewirausahaan, Kompetensi Kewirausahaan, dan Penggunaan Media Sosial.

Menurut Becherer dan Maurer (1997) dalam Rini dkk (2020) mengemukakan bahwa Konsep orientasi wirausaha mengacu pada cara manajemen strategis perusahaan yang memiliki sifat kewirausahaan. Bisnis yang berorientasi kewirausahaan selalu bersemangat untuk selalu inovatif dan berani mengambil resiko Novitasari & Zuraida (2015). Agar tidak kalah dalam persaingan dari pelaku industri tahu tempe yang

lebih besar, Industri yang paham pentingnya Orientasi Kewirausahaan cenderung menemukan cara baru untuk memenuhi pasar atau kebutuhan pelanggan. Mereka dapat memperoleh keunggulan kompetitif dengan berkonsentrasi pada indikator-indikator orientasi kewirausahaan untuk mengembangkan usahanya. Industri yang berorientasi kewirausahaan juga cenderung lebih fleksibel dan responsif terhadap perubahan pasar atau situasi eksternal. Mereka memiliki kemampuan untuk melakukan inovasi, berani mengambil resiko, dan bersikap proaktif dalam melakukan hal-hal yang positif untuk perkembangan usahanya. Orientasi kewirausahaan juga sangat penting untuk membantu dalam manajemen produksi industri tahu tempe, yang mencakup pengawasan mutu, pengawasan keselamatan makanan, dan pengaturan standar operasi. Industri tahu tempe yang sekarang banyak berkembang dapat menciptakan keadaan yang lebih kompetitif oleh karena itu Industri tahu tempe juga inovasi, inisiatif, dan kerja sama. Hal ini dapat memperkuat orientasi kewirausahaan dan memperbaiki kinerja bisnis di sektor ini agar memiliki keunggulan dalam persaingan yang terjadi.

Pemilik industri tahu tempe harus memahami kompetensi kewirausahaan selain memberikan orientasi kewirausahaan. Dengan melakukan perubahan mendalam, wirausahawan dapat meningkatkan pertumbuhan UMKM, salah satunya cara meningkatkan kapasitas SDM mereka. Menurut Wibowo (2007) dan Novitasari & Zuraida (2015) Kompetensi adalah kemampuan untuk melakukan atau menyelesaikan pekerjaan yang didasarkan pada pengetahuan dan keterampilan yang didukung dengan sikap kerja. Sedangkan menurut Sultan (2015) mengemukakan bahwa kompetensi wirausaha adalah komponen penting yang membedakan individu yang memiliki kemampuan yang lebih besar dari orang biasa. Seorang wirausaha yang memiliki kompetensi kewirausahaan adalah wirausaha yang memiliki kompetensi untuk melihat peluang, mengelola usahanya, membuat strategi bisnis, dan membuat komitmen. Masalah

seorang wirausaha yang tidak memiliki kompetensi tidak hanya itu saja, misalnya saja keterbatasan teknologi yang harusnya bisa membantu mengoptimalkan produksi dan kualitas produk. Teknologi baru dalam pengolahan tahu dan tempe dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas produk. Kemudian dalam pengelolaan bisnis industri tahu tempe di Kecamatan Garum, banyak pemilik industri yang tidak memiliki keterampilan kewirausahaan yang cukup untuk meningkatkan produktivitas, memperluas pasar, dan menjaga kualitas produk. Pendidikan dan bimbingan yang baik tentang kewirausahaan dapat membantu mengatasi masalah ini. Selain itu, pemasaran dan distribusi seringkali mengalami kesulitan dalam meningkatkan jangkauan pasar dan pendistribusian produk mereka.

Zaman saat ini penggunaan media sosial juga berpengaruh terhadap keberhasilan suatu persaingan yang terjadi di pasar, pemilik industri yang modern pasti menyadari akan pentingnya media sosial dalam pemasaran maupun memberikan informasi terhadap calon konsumennya. Pemasaran yang menggunakan komunitas online, jaringan sosial, dan blog. Daya Saing adalah ide yang dapat dilihat dari seberapa cepat suatu perusahaan menyediakan produknya di pasar dan bagaimana mereka terus menangani keluhan pelanggan, termasuk kualitas produk, kebutuhan pelanggan, penguasaan pasar baru, dan produk yang inovatif Menurut Nurmalis & Haloho (2020). Media sosial sangat mempengaruhi persaingan di berbagai industri dan bisnis karena memberi perusahaan kesempatan untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan, mendengarkan umpan balik mereka, menjawab pertanyaan, dan memecahkan masalah. Pelanggan dapat merasa lebih puas dan lebih dekat dengan perusahaan jika ada keterlibatan pelanggan yang positif. Menurut Sugito dkk (2022) media sosial adalah jenis media online dimana orang dapat membuat, berpartisipasi, dan berbagi konten dengan mudah, wiki, blog dan jejaring sosial adalah jenis situs media sosial yang paling banyak digunakan secara global. Bisnis dapat membedakan diri dari pesaing

dengan menyediakan konten yang berguna dan menarik di media sosial. Dengan melakukan ini, mereka dapat membangun reputasi sebagai pemimpin pemikiran dalam industri mereka, dan media sosial juga memungkinkan perusahaan untuk mengamati aktivitas pesaing mereka. Media Sosial dapat memberikan informasi tentang strategi pemasaran pesaing, trend, dan perilaku konsumen. Industri Tahu Tempe yang berkembang di Kecamatan Garum mereka banyak yang belum mengetahui manfaat penggunaan media sosial untuk bisnis mereka, hal ini dikarenakan para industri tahu tempe di Kecamatan Garum masih banyak yang gaptek akan media sosial atau belum melek teknologi, padahal di dalam media sosial mereka bisa mendapatkan informasi-informasi seputar pemasaran, promosi produk, informasi tentang bahan baku, dan mereka juga bisa menjangkau pelanggan dengan luas dan cepat

Permasalahan yang terjadi antara Industri Tahu dan Tempe adalah tingginya persaingan, sehingga karena tingginya persaingan mengakibatkan omzet pemilik industri turun, atas dasar itulah penulis tertarik untuk mengambil penelitian ini. Berdasarkan latar belakang penelitian tentang persaingan yang terjadi di industri tahu tempe dipicu dengan tingginya konsumsi tahu tempe yang terus meningkat yang membuka peluang bagi masyarakat lainnya membuka industri tahu tempe di desanya. Serta ingin mengetahui pemahaman pemilik industri dari aspek keunggulan dalam persaingan seperti Orientasi Kewirausahaan, Kompetensi Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Daya Saing pada para pemilik Industri tahu tempe yang ada di Kecamatan Garum Kabupaten Blitar sebagai sampel dalam penelitian ini.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Orientasi Kewirausahaan

Menurut Porter (1990) dalam Rahmadi dkk (2020) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai cara bagi perusahaan untuk memperoleh keuntungan dalam pasar yang sama dan berkompetisi dengan lebih baik. Menurut Keh

dkk (2007) dalam Novitasari dan Zuraida (2015) Orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan.

Kompetensi Kewirausahaan

Menurut Sultan (2015) dalam Rahmawati dkk(2022) menyatakan bahwa Kompetensi wirausaha merupakan faktor mendasar yang dimiliki seseorang yang mempunyai kemampuan lebih, yang membuatnya berbeda dengan seorang yang mempunyai kemampuan rata-rata. Menurut Ahmad dkk (2018) dalam Hasanah dkk (2019) menjelaskan kompetensi wirausaha yang diambil dari literatur manajemen dan kewirausahaan serta dapat diterapkan diberbagai sistem mulai dari yang sangat luas hingga yang lebih spesifik. Menurut Novitasari dan Zuraida (2015) Kompetensi yang dibangun dari pemanfaatan aset internal organisasi melalui pembelajaran organisasi yang berkelanjutan akan menghasilkan kemampuan dan keunggulan yang berkelanjutan (sustained competitive advantage) dan kinerja usaha yang unggul.

Media Sosial

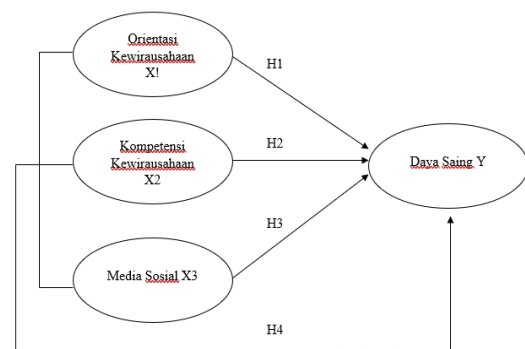
Media sosial merupakan salah satu media instan yang saat ini memang memiliki berbagai fungsi dalam perannya. Selain berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi, media massa juga menjadi sarana untuk penggunaanya dalam menggali berbagai informasi Isti, Faradisa (2014) dalam Sugito dkk (2022). Menurut Kaplan dan Haenlein (2010) dalam Saerang (2020) media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan kerangka pikiran ideologi dan teknologi dari Web 2.0, dan memungkinkan terbentuknya kreasi pertukaran isi informasi dari pengguna internet.

Daya Saing

Menurut Hofer and Schendel (1978) dalam Reswanda (2012) yang menggambarkan keunggulan daya saing sebagai posisi unik yang

dikembangkan sebuah organisasi yang secara langsung dibandingkan dengan pesaingnya melalui pola penggunaan sumber dayanya. Menurut Islah Fadhillah, Rachmawati Novaria (2020) Daya Saing adalah suatu manajemen yang harus dimiliki oleh sebuah usaha karena dengan adanya Daya Saing, dan semakin besar pula Daya Saing yang dimiliki oleh sebuah usaha maka usaha itu dapat terus berkembang dan berjalan ditengah padatnya persaingan yang berada disuatu wilayah tersebut.

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

1	H ₀ :	Orientasi Kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing pada Sentra Tahu Tempe di Kecamatan Garum Kabupaten Blitar
	H _a :	Orientasi Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing pada Sentra Tahu Tempe di Kecamatan Garum Kabupaten Blitar.
2	H ₀ :	Kompetensi Kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing pada Sentra Tahu Tempe di Kecamatan Garum Kabupaten Blitar
	H _a :	Kompetensi Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing pada Sentra Tahu Tempe di Kecamatan Garum Kabupaten Blitar.

3	H ₀ :	Media Sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing pada Sentra Tahu Tempe di Kecamatan Garum Kabupaten Blitar
	H _a :	Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing pada Sentra Tahu Tempe di Kecamatan Garum Kabupaten Blitar.
4	H ₀ :	Orientasi Kewirausahaan, Kompetensi Kewirausahaan dan Penggunaan Media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing pada Sentra Tahu Tempe di Kecamatan Garum Kabupaten Blitar.
	H _a :	Orientasi Kewirausahaan, Kompetensi Kewirausahaan dan Penggunaan Media sosial berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing pada Sentra Tahu Tempe di Kecamatan Garum Kabupaten Blitar.

3. METODE PENELITIAN

Bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen dijelaskan dalam penelitian ini dengan metode kuantitatif. Jenis Penelitian yang digunakan asosiatif adalah jenis penelitian yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini dilakukan dari Maret hingga Juni 2024, tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel untuk membuat sebuah hipotesis. Pemilik industri tahu tempe yang terletak di Kecamatan Garum Kabupaten Blitar adalah responden penelitian ini. Penelitian ini menggunakan sampel jenuh. Data primer berupa data yang dikumpulkan melalui pembacaan buku, jurnal, artikel, data internet, dan skripsi. Data sekunder berupa data dan informasi yang diperlukan melalui kuesioner yang digunakan untuk mendapatkan data. Hasil penelitian diuji untuk kevalidan dan reliabilitasnya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Orientasi Kewirausahaan			
Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Kemampuan melakukan inovasi (X1.1)	0,796	0,3610	Valid
Berani mengambil resiko (X1.2)	0,842	0,3610	Valid
Proaktif	0,625	0,3610	Valid
Kompetensi Kewirausahaan			
Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Kompetensi melihat peluang (X2.1)	0,808	0,3610	Valid
Kompetensi mengelola usaha (X2.2)	0,760	0,3610	Valid
Kompetensi dalam menentukan strategi	0,855	0,3610	Valid

(X2.3)			
Kompetensi membuat komitmen (X2.4)	0,531	0,3610	Valid
Media Sosial			
Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Partisipasi (X3.1)	0,756	0,3610	Valid
Keterbukaan (X3.2)	0,856	0,3610	Valid
Percakapan (X3.3)	0,734	0,3610	Valid
Komunikasi (X4.4)	0,750	0,3610	Valid
Saling Terhubung (X3.5)	0,706	0,3610	Valid
Daya Saing			
Indikator	r hitung	r tabel	Ket
Keunikan produk (X4.1)	0,567	0,3610	Valid
Kualitas produk (X4.2)	0,876	0,3610	Valid
Harga bersaing (X4.3)	0,730	0,3610	Valid

Sumber : Data diolah peneliti (2024)

Pada tabel 2 diatas, maka ditarik kesimpulan bahwa variabel Orientasi Kewirausahaan (X1), Kompetensi Kewirausahaan (X2), Media Sosial (X3), dan Daya Saing (Y). Adalah valid hal ini dibuktikan

dengan nilai r hitung > r tabel, r tabel diketahui sebesar 0,3610.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan hasil konsistensi sebuah kuesioner. Suatu kuesioner akan dikatakan reliabel jika jawaban responden bersifat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu pengisian jawaban.

Tabel 3

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha yang Disarankan	Ket
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0,634	0,60	Reliabel
Kompetensi Kewirausahaan (X2)	0,773	0,60	Reliabel
Media Sosial (X3)	0,819	0,60	Reliabel
Daya Saing (Y)	0,669	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Tabel 3 diatas menggambarkan Cronbach's Alpha > 0,60 sehingga bisa dikatakan bahwa variabel x dan y tersebut reliabel.

Analisa Regresi Linear Berganda

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

$$Y = 6,481 + 0,362X_1 + 0,298 X_2 - 0,197X_3 + e$$

Ringkasan Persamaan Regresi Linear:

1. 6,481 adalah konstanta, hal ini memperlihatkan bahwa Daya Saing (Y) akan mengalami kenaikan sebanyak 6,481, jika variabel Orientasi Kewirausahaan (X1), Kompetensi Kewirausahaan (X2), dan Media Sosial (X3) sama dengan nol.
2. Koefisien Orientasi Kewirausahaan bernilai 0,362 Variabel X1 bernilai positif (+) sebesar 0,362 artinya bahwa jika variabel X1 meningkat maka variabel Y juga akan meningkat sebesar 0,362 atau 36,2% begitu sebaliknya.
3. Koefisien Kompetensi Kewirausahaan bernilai 0,298 Variabel X2 bernilai positif (+) sebesar 0,298 artinya bahwa variabel X2 meningkat maka variabel Y juga akan meningkat sebesar 0,298 atau 29,8% begitu sebaliknya
4. Koefisien Media Sosial bernilai -0,197 Variabel X3 bernilai negatif (-) sebesar 0,197 artinya bahwa variabel X3 meningkat maka variabel Y juga akan menurun sebesar 0,197 atau 19,7 % begitu sebaliknya.

UJI HIPOTESIS

Uji t (Parsial)

Uji t adalah uji yang digunakan untuk melihat atau mengevaluasi tingkat signifikan dari bentuk pengaruh secara parsial atau terpisah antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 4 Hasil Uji t

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
1	(Constant)	6.481	1.629		3.979	.000
	Orientasi Kewirausahaan	.362	.085	.486	4.239	.000
	Kompetensi Kewirausahaan	.298	.079	.431	3.761	.001
	Media Sosial	-.197	.056	-.378	-3.491	.002

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Hasil tabel 4 diatas diketahui t_{tabel} dengan tingkat relevan 5% atau 0,05 dan derajat bebas (*degree of freedom*). $df = n-k-1 = 30-3-1=26$ diperoleh angka pada tabel sebesar 2,05553.

Hipotesis Pertama

H_0 ditolak dan H_a diterima. Memperlihatkan adanya pengaruh yang signifikan antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Daya Saing.

Dalam hasil uji ini memperlihatkan bahwa pemilik industri tahu tempe di Kecamatan Garum mempertimbangkan Orientasi Kewirausahaan dalam menghadapi persaingan. Dengan adanya situasi ini, pemilik industri akan mendapatkan pengetahuan yang penting bagaimana menjadi wirausaha yang bisa berpikir orientasi ke depan.

Hipotesis Kedua

H_0 ditolak dan H_a diterima. Memperlihatkan adanya pengaruh signifikan antara variabel Kompetensi Kewirausahaan terhadap Daya Saing.

Dalam hasil uji ini memperlihatkan bahwa pemilik industri tahu tempe di Kecamatan Garum memperhatikan kompetensinya dalam menjalankan usaha, dimana dengan adanya kompetensi yang mereka miliki membuat industri akan kuat menghadapi persaingan saat ini.

Hipotesis Ketiga

H_0 ditolak dan H_a diterima. Memperlihatkan adanya pengaruh yang signifikan antara Media Sosial terhadap Daya Saing.

Dalam hasil uji ini memperlihatkan bahwa pemilik industri tahu tempe di Kecamatan Garum sebagian setuju akan manfaat dari media sosial untuk menghadapi persaingan, tetapi ada sebagian pemilik industri yang kurang mengerti akan pentingnya manfaat media sosial sebagai alat memperkuat industrinya menghadapi persaingan yang terjadi, hal ini ditandai dengan hasil t hitung yang bernilai negatif.

Uji Simultan (F)

Uji F adalah uji yang digunakan untuk mengukur secara simultan (bersama-sama) tingkat signifikansi antara variabel bebas dan variabel terikat. Apabila nilai sig F < 0,05 dan F hitung > F tabel

Perhitungan F tabel $Df 1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$

$DF 2 = n - k = 30 - 3 = 27$

Tabel 5 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	49.944	3	16.648	19.745	.000 ^b
	Residual	21.922	26	.843		
	Total	71.867	29			

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), Media Sosial, Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Hasil nilai F tabel sebesar 3,34 sehingga F hitung > F tabel atau 19,745 > 3,34 dan sig F < 0,05 atau 0,00 < 0,05. Artinya terdapat hubungan secara simultan antara variabel bebas yaitu Orientasi Kewirausahaan, Kompetensi Kewirausahaan, dan Media Sosial terhadap variabel terikat Daya Saing

Uji r (Analisa Korelasi)

Uji korelasi adalah uji yang digunakan untuk mengetahui tingkat keparahan hubungan antar variabel yang dinyatakan dengan koefisien korelasi (r), hubungan bisa bersifat positif dan negative.

Tabel 6 Uji r

Correlations					
		Orientasi Kewirausahaan	Kompetensi Kewirausahaan	Media Sosial	Keunggulan Bersaing
Orientasi Kewirausahaan	Pearson Correlation	1	.327	.029	.616**
	Sig. (2-tailed)		.077	.877	.000
	N	30	30	30	30
Kompetensi Kewirausahaan	Pearson Correlation	.327	1	-.009	.594**
	Sig. (2-tailed)	.077		.962	.001
	N	30	30	30	30
Media Sosial	Pearson Correlation	.029	-.009	1	-.368*
	Sig. (2-tailed)	.877	.962		.045
	N	30	30	30	30
Keunggulan Bersaing	Pearson Correlation	.616**	.594**	-.368*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.045	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 6 dapat disimpulkan hubungan antar variabel X dan Y sebagai berikut:

1. Untuk Variabel 0,00 < 0,05 dan nilai Pearson Correlate sebesar 0,616 Artinya Variabel Orientasi Kewirausahaan (X) terhadap Variabel Daya Saing (Y) hubungan keeratan korelasi sedang, karena bernilai positif maka semakin tinggi variabel X maka semakin tinggi variabel Y.
2. Untuk Variabel Kompetensi Kewirausahaan 0,01 < 0,05 dan nilai Pearson Correlate sebesar 0,594 Artinya Variabel Kompetensi Kewirausahaan (X2) terhadap Variabel Daya Saing (Y) hubungan keeratan korelasi sedang, karena bernilai positif maka semakin tinggi variabel X maka semakin tinggi variabel Y
3. Untuk Variabel Media Sosial 0,045 < 0,05 dan nilai Pearson Correlate sebesar -0,368 dengan keeratan korelasi lemah, karena bernilai negatif maka semakin tinggi variabel X maka semakin turun variabel Y.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji Koefisien Determinasi (R²) adalah uji yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana proporsi dari variabel terikat yang bisa dijelaskan oleh variabel bebasnya. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu.

Tabel 7 Uji R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.834 ^a	.695	.660	.918

a. Predictors: (Constant), Media Sosial, Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Hasil yang didapatkan nilai R-Square sebesar 0,695 atau 69,5%. untuk 30,5% sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

KESIMPULAN

Pada penelitian ini tujuannya untuk mengetahui bagaimana pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kompetensi Kewirausahaan, dan Media Sosial terhadap Daya Saing pada Industri Tahu Tempe di Kecamatan Garum, dengan menggunakan responden sebanyak 30 pemilik industri di Kecamatan Garum. Berdasarkan data yang telah didapatkan maka bisa diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Daya Saing Pada Sentra Tahu Tempe di Kecamatan Garum Kabupaten Blitar, hal ini menunjukkan bahwa hasil dari responden menyatakan bahwa indikator Orientasi Kewirausahaan yang memiliki rata-rata nilai tertinggi adalah “Saya percaya resiko tidak hanya dianggap sebagai suatu dampak yang merugikan tetapi juga bisa dijadikan tantangan dalam meraih kesuksesan”. Responden menjawab setuju karena dengan adanya resiko mereka malah menjadikannya sebuah tantangan bagi mereka agar menjadi usahanya lebih kuat dan berkembang lagi, dengan terbiasa mengatasi resiko industri jadi bisa dengan mudah mengatasinya.
2. Kompetensi Kewirausahaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Daya Saing Pada Sentra Tahu Tempe di Kecamatan Garum Kabupaten Blitar, hal ini menunjukkan bahwa hasil dari responden menyatakan bahwa indikator Kompetensi Kewirausahaan yang memiliki rata-rata tertinggi adalah “Saya memiliki kompetensi seorang wirausaha dalam memiliki komitmen yang tinggi dengan belajar, bekerja dan berkemauan keras”. Responden menjawab setuju karena responden memiliki kompetensi membuat komitmen artinya dalam menjalankan usahanya responden selalu berkomitmen pada keyakinannya menjalankan usaha.
3. Media Sosial berpengaruh negatif signifikan terhadap Daya Saing Pada Sentra Tahu Tempe di Kecamatan Garum Kabupaten Blitar, hal ini menunjukkan bahwa walaupun dalam indikator media sosial responden banyak yang menjawab tidak setuju, tetapi rata-rata tertinggi responden ada pada pernyataan “Menurut saya media sosial yang dipakai memberikan peluang untuk berkomunikasi bagi semua orang”. Hal ini menandakan jika media sosial semakin digunakan maka akan mengakibatkan keunggulan bersaing industri menurun dan sebaliknya, jika media sosial tidak digunakan maka industri memiliki Daya Saing. Sehingga untuk industri yang belum melek teknologi atau gptek, mengakibatkan belum banyaknya penggunaan Media sosial untuk menghadapi persaingan. Diharapkan bahwa industri Pengaruh media sosial sebenarnya besar, tetapi karena bernilai negatif maka industri harus diberikan pengarahan lebih lanjut akan pentingnya media sosial terhadap Daya Saing
4. Orientasi Kewirausahaan dan Kompetensi Kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing Pada Sentra Tahu Tempe di Kecamatan Garum Kabupaten Blitar, hal ini menunjukkan bahwa jika Orientasi Kewirausahaan dan Kompetensi Kewirausahaan ditingkatkan maka akan berpengaruh terhadap Daya Saing akan meningkat. Untuk Media Sosial sendiri berpengaruh negatif signifikan artinya walaupun Media Sosial ditingkatkan maka pengaruh terhadap Daya Saing akan menurun.

REKOMENDASI

Sudah selesainya penelitian ini, penulis akan memberikan beberapa rekomendasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu dikembangkan lagi di bidang ilmu Kewirausahaan khususnya mengenai Daya Saing Industri, Orientasi Kewirausahaan, Kompetensi Kewirausahaan, dan Penggunaan Media Sosial. Diharapkan bahwa penelitian ini dapat berfungsi sebagai referensi bagi peneliti yang akan datang, yang diharapkan dapat mengembangkan dan meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi daya saing selain yang diteliti dalam penelitian ini.

2. Bagi Sentra Industri Tahu Tempe

Hasil dalam penelitian ini diharapkan pemilik industri lebih memahami lagi mengenai Orientasi Kewirausahaan dan Kompetensi Kewirausahaan dalam membantu industrinya menghadapi persaingan, apalagi karena industri ini ada di desa-desa maka pemanfaat media sosial untuk memasarkan dan mencari informasi seputar perkembangan industri juga kurang, sehingga disarankan pemilik industri harus banyak-banyak mencari tahu bagaimana cara memanfaatkan media sosial dengan sebaik mungkin dalam menghadapi persaingan saat ini, bantuan media sosial mempermudah industri untuk memantau kompetisi yang berlangsung. Orientasi Kewirausahaan dan Kompetensi berpengaruh positif sehingga diharapkan pemilik sentra tahu tempe harus meningkatkan lagi dengan cara untuk Orientasi Kewirausahaan harus bisa meningkatkan kemampuannya dalam melakukan inovasi, berani mengambil resiko, dan harus bersikap proaktif. Untuk Kompetensi Kewirausahaan pemilik industri harus meningkatkan kompetensi melihat peluang, kompetensi mengelola usaha bisa dengan bekerja sama dengan pihak lain, kompetensi dalam menentukan strategi, dan kompetensi dalam membuat sebuah komitmen. Untuk media sosial, karena bernilai negatif, maka Hal ini

menandakan jika media sosial semakin digunakan maka akan mengakibatkan Daya Saing industri menurun dan sebaliknya, jika media sosial tidak digunakan maka industri memiliki Daya Saing. Sehingga untuk industri yang belum melek teknologi atau gaptেক, mengakibatkan belum banyaknya penggunaan Media sosial untuk menghadapi persaingan. Diharapkan bahwa industri Pengaruh media sosial sebenarnya besar, tetapi karena bernilai negatif maka industri harus diberikan pengarahan lebih lanjut akan pentingnya media sosial terhadap Daya Saing. Industri harus banyak-banyak menghadiri sosialisasi atau pengarahan mengenai pentingnya perkembangan media sosial untuk kepentingan memajukan usahanya, baik pemanfaatan media sosial sebagai platform promosi, pemasaran, dan mencari informasi perkembangan pasar saat ini juga.

DAFTAR PUSTAKA

- Bps.Blitarkab. 2024. *Kabupaten Blitar Dalam Angka Blitar Regency In Figures 2024 Volume 21,2024*. Vol. 21.
- Bps.Go.Id. 2024. "Rata-Rata Konsumsi Per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting, 2007-2023." *Bps.Go.Id*. Diambil (<https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/otuwize=/Rata-Rata-Konsumsi-Per-Kapita-Seminggu-Beberapa-Macam-Bahan-Makanan-Penting-2007-2023.html>).
- Djodjobo, Cyntia Vanessa, Dan Hendra N. Tawas. 2014. "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado." *Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi* 4(1):1214-24. Doi: 10.33096/Paradoks.V4i1.768.
- Novitasari, Dwi, Dan Lukia Zuraida. 2015. "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Daya

- Saing (Studi Empiris Pada Umkm Di Diy).” *Jurnal Riset Manajemen* 2(2):165.
- Nurmalı, Marisa, Dan Elizabeth Haloho. 2020. “Pengaruh Inovasi Produk Dan Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Café Rilek’s Medan.” *Jurnal Mutiara Manajemen* 5(1):62–72. Doi: 10.51544/Jmm.V5i1.3046.
- Rini Dkk. 2020. “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar Dan Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha (Studi Pada Usaha Kecil Pengolah Makanan Di Kota Palembang.” *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis* 1(1):15–26.
- Sugito Dkk. 2022. *Media Sosial (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha)*.
- Sultan. 2015. “Pengaruh Kompetensi Wirausaha Terhadap Strategi, Kinerja Bisnis Dan Daya Saing Usaha Kecil Di Sulawesi Selatan.” *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Kewirausahaan* 4:423–36.