

FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEBERHASILAN BISNIS PELAKU USAHA YANG MENGGUNAKAN JASA IMPOR OCISTOK.COM

Alberd Gunawan Gandawijaya¹, Lydiawati Soelaiman^{2*}

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: alberd.115200057@stu.untar.ac.id

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta*
Email: lydiawatis@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 15-12-2023, revisi: 02-01-2024, diterima untuk diterbitkan: 24-01-2024

ABSTRAK

Di tengah persaingan global yang semakin intens, pelaku usaha harus merancang strategi yang inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko untuk mempertahankan eksistensi di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang diberikan oleh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan bisnis pada pelaku usaha yang menggunakan jasa impor OCISTOK.COM. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pemilihan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner secara *online*, yakni *google form*. Berdasarkan 60 data yang diperoleh, data kemudian diolah menggunakan *SmartPLS 3*. Hasil analisa *outer loadings* diketahui bahwa seluruh variabel memenuhi kriteria uji validitas dan reliabilitas. Melalui uji *inner model* dapat diketahui bahwa orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan keunggulan bersaing memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan bisnis pada pelaku usaha yang memanfaatkan jasa impor OCISTOK.COM.

Kata Kunci: orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, keunggulan bersaing, keberhasilan bisnis

ABSTRACT

In the midst of increasingly intense global competition, business actors must design innovative, proactive strategies and dare to take risks to maintain their existence in the market. This research aims to determine whether there is an influence that entrepreneurial orientation, market orientation, and competitive advantage have on business success for business actors who use OCISTOK.COM import services. This research uses a quantitative approach with sample selection using a non-probability sampling method with purposive sampling technique. Data was collected by distributing questionnaires online, namely google form. Based on the 60 data collected, the data was then processed using SmartPLS 3rd. The results of the outer loadings analysis show that all variables are declared to meet the validity and reliability test criteria. Through the inner model test, it can be seen that entrepreneurial orientation, market orientation and competitive advantage have a positive and significant influence on business success for business actors who utilize OCISTOK.COM import services.

Keywords: *entrepreneurial orientation, market orientation, competitive advantage, business success*

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Perdagangan internasional menjadi fenomena yang semakin penting dalam era globalisasi ekonomi, dimana negara-negara saling terkait dalam aktivitas ekonomi dan perdagangan. Salah satu aspek yang mencolok dalam perdagangan internasional adalah tingginya permintaan impor produk dari China, terutama di Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik (2023), nilai impor China di Indonesia hingga bulan Juni 2023 mencapai US\$ 4,858,725,743.00.

Pentingnya impor produk dari China ini dapat dijelaskan oleh fakta bahwa barang produksi dari China cenderung lebih murah dibandingkan dengan negara-negara lain, sebagaimana disorot oleh CNBC Indonesia pada tahun (2022). Kebijakan upah, produktivitas tinggi, dan kualitas pekerja yang tinggi di China juga memberikan daya saing yang kuat bagi produk-produknya di pasar internasional. Selain itu, intervensi pemerintah China dalam bentuk subsidi besar-besaran pada produk ekspor turut memainkan peran dalam mempertahankan eksistensi pasar dan meningkatkan pangsa pasar global (Liputan6, 2023).

Salah satu entitas yang menonjol dalam menyediakan produk impor di Indonesia adalah PT. Ocommerce Capital Indonesia, yang dikenal sebagai OCISTOK.COM. Sebagai perusahaan impor, OCISTOK.COM telah memenuhi berbagai standar dan peraturan impor, bahkan menjalin kerjasama dengan *platform e-commerce* China terkemuka seperti Alibaba, 1688, dan Taobao. Melalui layanan aplikasi berbasis *website*, OCISTOK.COM menjadi *platform* belanja impor China yang mudah diakses, memungkinkan pelanggan untuk memilih langsung dari pabrik dan *supplier* China. OCISTOK.COM memberikan berbagai keunggulan kepada para pelanggannya, termasuk kemudahan dalam menggunakan aplikasi, mulai dari harga *all in*, bebas ongkos kirim untuk daerah Jabodetabek, fasilitas pajak dan bea cukai, serta jaminan garansi. Pelayanan tambahan seperti seminar terkait bisnis, konsultasi pribadi, dan video *e-learning* untuk pemula semakin memperkaya pengalaman berbelanja melalui layanan jasa impor OCISTOK.COM.

Di tengah persaingan global yang semakin intens, pelaku usaha harus merancang strategi yang inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko untuk mempertahankan eksistensi di pasar. Orientasi kewirausahaan, sebagai kemampuan mengukur peluang bisnis, menjadi kunci untuk meningkatkan keberhasilan suatu bisnis (Ranto, 2016). Kesadaran akan esensi orientasi pasar juga diperlukan, mengingat perubahan terus-menerus dalam kebutuhan dan keinginan konsumen yang dapat mempengaruhi kinerja bisnis (Alwi & Handayani, 2018). Keunikan produk atau barang, yang mencakup nilai seni, kelangkaan, dan harga terjangkau, menjadi faktor krusial dalam membangun keunggulan bersaing (Riany & Dahmiri, 2020).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dapat disimpulkan bahwa artikel jurnal ilmiah bertujuan untuk mendalami dampak dari orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan bisnis pelaku usaha yang menggunakan jasa OCISTOK.COM.

Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat dirumuskan masalah, sebagai berikut:

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

Kajian teori

Kaitan antara orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan bisnis

Orientasi kewirausahaan digunakan oleh para pelaku usaha sebagai suatu strategi dalam mempertahankan eksistensi di pasar baik dalam hal pengambilan keputusan, praktik, hingga metode yang digunakan (Risnawati & Noermijati, 2011). Adanya kematangan dan ketepatan orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh para pelaku usaha yang diaplikasikan dalam

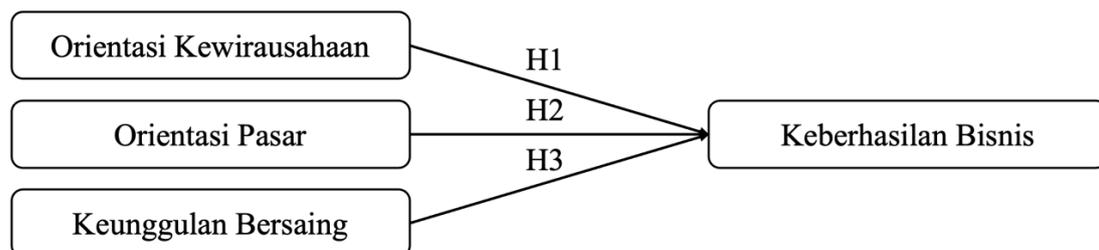
membangun usaha dapat membantu suatu bidang usaha dalam mencapai keberhasilan bisnis. Merline dan Widjaja (2022) dalam penelitiannya meninjau bahwa orientasi kewirausahaan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan bisnis. Penelitian tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Rohmah dan Ciptono (2022) pada 150 perusahaan, yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan bisnis.

Kaitan antara orientasi pasar terhadap keberhasilan bisnis

Orientasi pasar adalah serangkaian proses aktivitas yang berkaitan dengan kepuasan konsumen dalam menilai kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Ketika pelaku usaha mampu menilai apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen maka pelaku usaha dapat menyediakan apa yang dibutuhkan dan mampu mempertahankan eksistensi di pasar. Selain itu, menurut Margaretha dan Soelaiman (2022) berpendapat bahwa orientasi pasar memegang peran penting dalam membantu pelaku usaha untuk memahami dan merespon pasar sehingga dapat dikembangkan strategi produk, serta layanan yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. González-Benito *et al.* (2009) juga menyatakan bahwa orientasi pasar dapat membantu pelaku usaha dalam mencapai target-target atau keberhasilan bisnis yang telah ditetapkan. Penelitian yang dilakukan oleh Bamfo dan Kraa (2019) menunjukkan bahwa orientasi pasar memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.

Kaitan antara keunggulan bersaing terhadap keberhasilan bisnis

Dalam suatu usaha, keunggulan bersaing dimanfaatkan sedemikian rupa agar dapat mencapai laba yang ditargetkan, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan melanjutkan kelangsungan hidup suatu usaha (Saiman, 2014). Meningkatnya keunggulan bersaing yang dimiliki oleh suatu usaha maka dapat meningkatkan laba yang merupakan salah satu faktor yang merupakan tolak ukur dalam keberhasilan bisnis. Selain itu, menurut Dedy dan Soelaiman (2023) keunggulan bersaing juga merupakan hal yang penting karena akan menentukan keberlangsungan dari suatu usaha. Frans *et al.* (2020) menyatakan keunggulan bersaing memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan bisnis.



Gambar 1. Model penelitian

Berdasarkan keterkaitan antar variabel di atas, maka diperoleh Gambar 1 yang merupakan model penelitian. Adapun hipotesis penelitiannya, sebagai berikut:

H1: Orientasi Kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap Keberhasilan Bisnis.

H2: Orientasi Pasar memiliki pengaruh positif terhadap Keberhasilan Bisnis.

H3: Keunggulan Bersaing memiliki pengaruh positif Keberhasilan Bisnis.

2. METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan mengenai suatu peristiwa, kondisi atau situasi dalam pengumpulan data. Selain bersifat deskriptif, penelitian ini bersifat verifikatif yang memiliki tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan pada

pembahasan sebelumnya (Sekaran & Bougie, 2016). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2016) mengatakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk meneliti populasi atau sampel dengan analisis data yang bersifat statistik atau kuantitatif untuk menguji hipotesis penelitian. Pelaksanaan penelitian menggunakan metode pengembangan *cross-sectional* yaitu suatu metode penelitian yang mempelajari suatu hal dalam kurun waktu tertentu dimana dalam pengumpulan datanya akan dilakukan satu kali (Sekaran & Bougie, 2016).

Populasi

Populasi dapat didefinisikan sebagai keseluruhan dari subjek penelitian (Arikunto, 2006). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan responden para pelaku usaha yang menggunakan jasa OCISTOK.COM.

Sampel

Menurut Cooper dan Schindler (2014) sampel merupakan kelompok yang terdiri dari sebagian target populasi, yang dipilih dengan teliti untuk mewakili populasi yang ada. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dan *purposive sampling*, yang merupakan sebuah teknik pemilihan yang menjadikan sampel penelitian berdasarkan kriteria responden yang telah ditentukan oleh peneliti yaitu konsumen yang merupakan para pelaku usaha yang memanfaatkan *platform* OCISTOK.COM selama lebih dari 1 tahun. Dalam pengambilan data penelitian, peneliti menggunakan penyebaran kuesioner secara daring dalam bentuk *google form*.

Teknik analisa data

Dalam melakukan pengukuran pada sebuah instrumen dari variabel yang digunakan, maka instrumen yang akan digunakan perlu diukur dengan menggunakan indikator. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan analisis data dengan menggunakan teknik *Partial Least Square-Structural Equation Modelling* (PLS-SEM).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis validitas

Convergent Validity merupakan hasil korelasi antara nilai indikator dengan nilai dari variabel. Pedoman pengambilan keputusan uji validitas didasari atas teori yang dikemukakan oleh menurut Henseler *et al.* (2009) adalah sebagai berikut: Indikator akan dianggap valid, apabila nilai AVE $\geq 0,5$, serta seluruh dimensi pada variabel menunjukkan nilai *loading* $\geq 0,5$.

Tabel 1. Hasil uji AVE (*Average Variance Extracted*)

Sumber: Olahan Data *SmartPLS*

Variabel	<i>Average Variance Extracted</i>
Orientasi Kewirausahaan	0,619
Orientasi Pasar	0,784
Keunggulan Bersaing	0,643
Keberhasilan Bisnis	0,525

Berdasarkan hasil uji AVE pada Tabel 1, setiap variabel telah sesuai dengan kriteria, yakni dengan mendapatkan nilai lebih dari 0,5 untuk masing-masing variabel.

Discriminant Validity bertujuan untuk melihat konstruk yang dinilai memiliki kemiripan. Menurut Henseler *et al.*, (2015), validitas diskriminan adalah suatu pengujian untuk melihat bagaimana suatu alat ukur dapat digeneralisasikan dan diterima untuk selanjutnya dapat diuji analisa. Validitas diskriminan dilihat dari pendekatan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT).

Nilai HTMT yang baik, yaitu 0,85 nilai ambang batas masih bisa diterima apabila kurang dari 0,90 ($< 0,90$), jika HTMT melebihi 0,90 ($> 0,90$) maka HTMT menunjukkan kurangnya validitas diskriminan (Henseler *et al.*, 2015). Berikut merupakan hasil dari validitas diskriminan yang didapatkan dari data penelitian ini:

Tabel 1. Hasil uji *Heterotrait-Monotrait ratio* (HTMT)
 Sumber: Olahan Data *SmartPLS*

Variabel	Keberhasilan Bisnis	Keunggulan Bersaing	Orientasi Kewirausahaan	Orientasi Pasar
Keberhasilan Bisnis				
Keunggulan Bersaing	0,842			
Orientasi Kewirausahaan	0,723	0,659		
Orientasi Pasar	0,775	0,531	0,266	

Melalui hasil validitas diskriminan di atas dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai kurang dari 0,9 yang berarti bahwa data dalam penelitian ini dapat dinyatakan *valid* secara diskriminan.

Analisis reliabilitas

Pengertian dari uji reliabilitas adalah pengujian yang dimaksudkan untuk mengukur tingkat konsistensi alat ukur, selain itu uji reliabilitas juga dapat digunakan untuk melihat tingkat konsistensi yang responden dalam memberikan jawaban pada instrumen penelitian (Sholihin & Ratmono, 2013). Malhotra (2009) menambahkan bahwa kriteria reliabilitas pada suatu alat ukur dinyatakan konsisten apabila *Cronbach's Alpha* yang didapatkan adalah $\geq 0,6$. Berikut merupakan rentang kategori dari reliabilitas:

Tabel 3. Hasil uji *Cronbach's alpha*
 Sumber: Olahan Data *SmartPLS*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
Orientasi Kewirausahaan	0,898
Orientasi Pasar	0,908
Keunggulan Bersaing	0,810
Keberhasilan Bisnis	0,848

Pada penelitian ini juga dilakukan uji reliabilitas konsistensi internal dapat dilihat dari nilai *Composite Reliability* yang digunakan untuk mengukur nilai reliabilitas dari suatu konstruk. Indikator dapat diterima jika nilai lebih dari 0,7 ($> 0,7$), meskipun nilai 0,6 masih diterima (Hair *et al.*, 2017). Hasil pengujian *Composite Reliability* yang telah dilakukan pada penelitian ini telah disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil uji *composite reliability*
 Sumber: Olahan Data *SmartPLS*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>
Orientasi Kewirausahaan	0,919
Orientasi Pasar	0,935
Keunggulan Bersaing	0,877
Keberhasilan Bisnis	0,885

Berdasarkan Tabel 4, nilai *Composite Reliability* yang didapatkan pada variabel orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, keunggulan bersaing, dan keberhasilan bisnis memiliki nilai yang lebih besar dari 0,7 sehingga data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

Hasil analisis data

Koefisien determinasi

Uji *R-Square* dilakukan guna untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan variabel eksogen menjelaskan variasi variabel endogen.

Tabel 5. Hasil uji koefisien determinasi
Sumber: Olahan Data *SmartPLS*

Variabel	R-Square	Keterangan
Keberhasilan Bisnis	0,792	Kuat

Melalui hasil analisa koefisien determinasi di atas, peneliti mendapati bahwa nilai yang didapatkan untuk variabel keberhasilan bisnis adalah sebesar 0,792. Hasil yang diperoleh *R-Square* tersebut menjelaskan bahwa sebesar 79,2% variasi keberhasilan bisnis mampu dijelaskan oleh variabel eksogen dalam penelitian ini yaitu, orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan keunggulan bersaing. Dengan kata lain, 20,8% sisanya dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Predictive relevance

Pengujian *Predictive Relevance* berguna untuk mengukur derajat observasi dan nilai estimasi parameter yang dapat dihasilkan oleh variabel. Pedoman pengambilan keputusan yang digunakan dalam meninjau hasil dari Uji *Predictive Relevance* (Q^2) adalah lebih besar daripada 0 (> 0).

Tabel 6. Hasil uji *predictive relevance*
Sumber: Olahan Data *SmartPLS*

Variabel	Q-Square	Keterangan
Keberhasilan Bisnis	0,392	Memiliki nilai <i>predictive relevance</i> .

Berdasarkan Tabel 6, nilai yang dihasilkan dalam penelitian memenuhi kriteria dan relevan karena memiliki nilai *Predictive Relevance* karena lebih dari 0, yakni 0,392.

Effect size

Analisis F^2 (*Effect Size*) digunakan untuk melihat derajat pengaruh yang diberikan oleh konstruk eksogen terhadap endogen. Berikut merupakan penjabaran dari analisis *Effect Size*.

Tabel 7. Hasil uji *effect size*
Sumber: Olahan Data *SmartPLS*

Variabel	f^2	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan	0,228	Sedang
Orientasi Pasar	0,558	Sedang
Keunggulan Bersaing	0,332	Sedang

Nilai F^2 pada variabel orientasi kewirausahaan sebesar 0,228 yang berarti memiliki pengaruh sedang. Nilai F^2 pada variabel orientasi pasar sebesar 0,558 yang berarti berpengaruh kuat. Nilai F^2 pada variabel keunggulan bersaing sebesar 0,332 yang berarti memiliki pengaruh sedang.

Path coefficients

Path Coefficients meninjau keterkaitan antar variabel yang terdapat dalam suatu penelitian. Nilai yang dihasilkan memiliki rentang antara -1 dan +1. Nilai +1 menunjukkan bahwa variabel memiliki pengaruh yang positif sedangkan -1 menunjukkan pengaruh yang negatif.

Tabel 8. Hasil uji *path coefficients*
 Sumber: Olahan Data *SmartPLS*

Variabel	Keberhasilan Bisnis
Orientasi Kewirausahaan	0,288
Orientasi Pasar	0,408
Keunggulan Bersaing	0,400

Nilai yang dihasilkan oleh variabel orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan keunggulan bersaing menunjukkan adanya pengaruh positif. Dengan nilai yang dihasilkan oleh masing-masing variabel sebesar 0,288, 0,408, dan 0,400.

Goodness of Fit

Hasil pengujian *Goodness of Fit* pada penelitian ini didapatkan dari nilai akar rata-rata koefisien determinasi dengan AVE. Melalui proses perhitungan didapatkan bahwa:

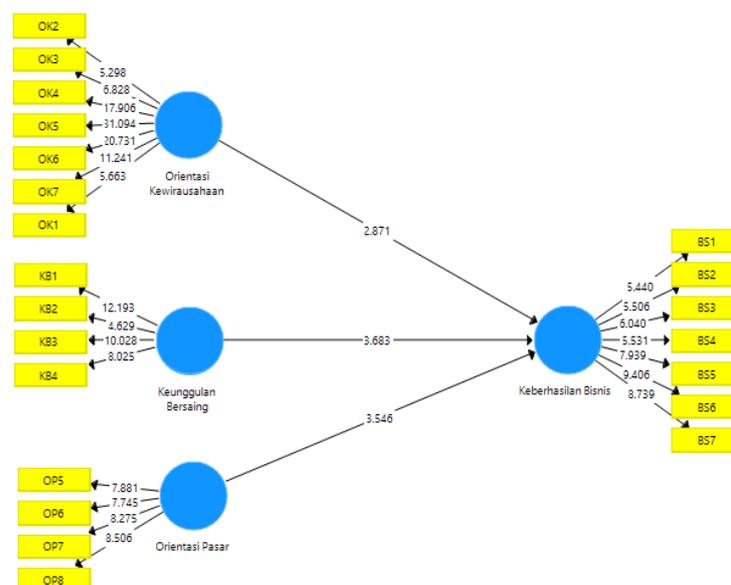
$$\begin{aligned}
 \text{GoF} &= \sqrt{\text{AVE} \times R^2} \\
 &= \sqrt{0,64275 \times 0,792} \\
 &= \sqrt{0,509058} \\
 &= 0,713483
 \end{aligned}$$

Nilai GoF yang diperoleh sebesar 0,713, sehingga semakin tinggi nilai GoF yang dimiliki maka semakin tinggi tingkat kesesuaian dalam menggambarkan sampel penelitian.

Pengujian hipotesis

Tabel 9. Hasil uji hipotesis
 Sumber: Olahan Data *SmartPLS*

Variabel	T-Statistic	P-Value	Hipotesis
Orientasi Kewirausahaan → Keberhasilan Bisnis	2,871	0,000	Tidak Ditolak
Orientasi Pasar → Keberhasilan Bisnis	3,546	0,000	Tidak Ditolak
Keunggulan Bersaing → Keberhasilan Bisnis	3,683	0,000	Tidak Ditolak



Gambar 2. Hasil pengujian *bootstrapping*
 Sumber: Olahan Data *SmartPLS*

Suatu hipotesis dinyatakan *valid* jika *P-Value* kurang dari 0,05 dan *T-Statistic* lebih dari 1,96. Dengan adanya pedoman pengambilan keputusan tersebut, peneliti dapat memberikan kesimpulan pada setiap hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

Pembahasan

Hasil uji hipotesis pertama, yaitu orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan bisnis diterima. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Margaretha dan Soelaiman (2022) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Rohmah dan Ciptono (2022) juga menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan dapat membantu para pemilik perusahaan untuk menetapkan tujuan-tujuan yang akan dicapai oleh perusahaan.

Pelaku usaha yang menggunakan jasa impor OCISTOK.COM telah memiliki orientasi kewirausahaan untuk dapat meningkatkan keberhasilan bisnis. Para pelaku usaha bersedia untuk menginvestasikan banyak waktu dan uang pada sesuatu yang dapat memberikan keuntungan, fokus pada cara baru dan kreatif mengupayakan berbagai cara untuk bertahan dalam situasi yang sulit, dan mampu beradaptasi dengan segala perubahan. Pelaku usaha juga harus mampu mengambil keputusan dengan tepat agar jalan suatu usaha dapat terdeteksi dan menghindari resiko yang akan muncul, bersikap proaktif dan dapat mendengarkan para *customer* untuk usaha yang lebih baik dan dapat membangun kepercayaan terhadap pelanggan, maka dari itu dengan memiliki orientasi kewirausahaan para pelaku usaha akan mampu meningkatkan kinerja usahanya dengan semakin baik kedepannya (Setiawan & Soelaiman, 2021).

Hasil pengujian hipotesis kedua, yaitu orientasi pasar memberikan pengaruh terhadap keberhasilan bisnis pelaku usaha yang menggunakan jasa impor OCISTOK.COM dapat diterima. Hal ini sejalan dengan González-Benito *et al.* (2009) yang menyatakan bahwa orientasi pasar dapat membantu perusahaan dalam mencapai target atau keberhasilan bisnis.

Dengan memiliki tujuan bisnis yang didorong oleh kepuasan konsumen, para pelaku usaha yang menggunakan jasa impor OCISTOK.COM berusaha untuk menyediakan layanan untuk para pelanggan dan melakukan riset pasar, serta lebih berorientasi kepada pelanggan daripada kompetitor agar dapat mendorong tercapainya keberhasilan bisnis. Sehingga dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar merupakan sebuah kemampuan dalam melakukan promosi dan respons pemilik usaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, hal ini dikarenakan orientasi pasar merupakan kemampuan perusahaan dalam mengadaptasi perubahan kondisi pasar (Yusuf & Soelaiman, 2022).

Hasil pengujian hipotesis ketiga juga tidak ditolak karena nilai *P-Value* sebesar 0,000 dan nilai *T-Statistic* sebesar 3,683. Hasil tersebut memberikan arti bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan bisnis pelaku usaha yang menggunakan jasa impor OCISTOK.COM. Hasil ini sejalan dengan Frans *et al.* (2020) yang menyatakan keunggulan bersaing memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan bisnis.

Para pelaku usaha yang menggunakan jasa OCISTOK.COM merasa bahwa keunggulan bersaing, seperti adanya ciri khas atau *unique value*, memiliki kualitas yang lebih baik dan kemampuan bersaing pada produk yang ditawarkan merupakan beberapa faktor yang dapat meningkatkan keberhasilan bisnis. Adapun upaya meningkatkan keunggulan bersaing, para pemilik usaha perlu melakukan proses manajemen usaha yang menghasilkan produk dan jasa, serta layanan yang berkualitas sesuai dengan preferensi pasar (Dedy & Soelaiman, 2023).

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian, analisis, serta pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dalam pembahasan ini peneliti dapat memberikan beberapa kesimpulan yang dapat dijabarkan, seperti di bawah ini:

- a. Orientasi Kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Bisnis pelaku usaha yang menggunakan Jasa Impor OCISTOK.COM.
- b. Orientasi Pasar memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Bisnis pelaku usaha yang menggunakan Jasa Impor OCISTOK.COM.
- c. Keunggulan Bersaing memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Bisnis pelaku usaha yang menggunakan Jasa Impor OCISTOK.COM.

Saran

Melalui hasil penelitian ini, peneliti dapat memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian mengenai industri perdagangan digital. Berikut merupakan saran yang dapat peneliti berikan:

- a. Saran Teoritis
 - 1) Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain untuk mengukur Keberhasilan Bisnis, seperti Pendidikan Kewirausahaan, Minat Berwirausaha, Perilaku Berwirausaha, dan Komitmen Berwirausaha.
 - 2) Peneliti juga menyarankan untuk menambah jumlah sampel sehingga dapat memperkuat hasil penelitian.
- b. Saran Praktis
 - 1) Peneliti memberikan saran kepada para pelaku usaha yang menggunakan jasa impor OCISTOK.COM untuk berfokus pada orientasi pasar sehingga bisnis yang dijalankan memiliki citra yang baik, dengan tujuan untuk memberikan kepuasan pelanggan agar minat pembelian juga akan semakin meningkat.
 - 2) Peneliti menyarankan kepada para pelaku usaha yang menggunakan jasa impor OCISTOK.COM agar memperhatikan keunggulan bersaing terutama dengan menonjolkan keunggulan produk yang ditawarkan untuk bersaing dengan kompetitor sejenis.
 - 3) Peneliti menyarankan agar para pelaku usaha yang menggunakan jasa impor OCISTOK.COM dapat menerapkan orientasi kewirausahaan untuk selalu beradaptasi dengan segala situasi dan kondisi di dalam bisnis agar dapat meningkatkan performa bisnis menjadi lebih baik.

Ucapan terima kasih

Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa dan terima kasih juga kepada Ibu Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M., atas arahan dan bimbingannya dalam proses pembuatan artikel jurnal ilmiah ini, serta terima kasih kepada keluarga, teman-teman, dan orang-orang yang selalu memberikan dukungan.

REFERENSI

- Alwi, T., & Handayani, E. (2018). Keunggulan bersaing UKM yang dipengaruhi oleh orientasi pasar dan inovasi produk. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 193–202. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i3.256>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik* (6th ed.). Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Data ekspor dan impor terbaru adalah data bulan Juni 2023*. Bps.Go.Id. <https://www.bps.go.id/exim/>

- Bamfo, B. A., & Kraa, J. J. (2019). Market orientation and performance of small and medium enterprises in Ghana: The mediating role of innovation. *Cogent Business & Management*, 6(1), 16. <https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1605703>
- CNBC Indonesia. (2022). *Ternyata ini penyebab harga barang "Made in China" bisa murah*. Cnbcindonesia.Com. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20220918161008-17-373026/ternyata-ini-penyebab-harga-barang-made-in-china-bisa-murah>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business research methods* (12th ed.). McGraw-Hill.
- Dedy, N. M. & Soelaiman, L. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar dan Bauran Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Olahan Pala di Kota Ternate. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 7(4), 1496–1506. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2023.007.04.26>
- Frans, A., Dahmiri, D., & Indrawijaya, S. (2020). Pengaruh orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha pada rumah makan dendeng batokok di provinsi Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(3), 172–182. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i03.12199>
- González-Benito, Ó., González-Benito, J., & Muñoz-Gallego, P. A. (2009). Role of entrepreneurship and market orientation in firms' success. *European Journal of Marketing*, 43(3/4), 500–522. <https://doi.org/10.1108/03090560910935550>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2017). Partial least squares structural equation modeling. In C. Homburg, M. Klarmann, & A. Vomberg (Eds.), *Handbook of Market Research* (pp. 1–40). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-1
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. In *Advances in International Marketing* (1st ed., pp. 277–319). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S1474-7979\(2009\)0000020014](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014)
- Liputan6. (2023). *Ternyata ini alasan barang china di sosial commerce dijual lebih murah*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5409932/ternyata-ini-alasan-barang-china-di-sosial-commerce-dijual-lebih-murah?page=3>
- Malhotra, N. K. (2009). Review of Marketing Research. In *Review of Marketing Research* (1st ed., pp. 9–16). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S1548-6435\(2008\)0000005004](https://doi.org/10.1108/S1548-6435(2008)0000005004)
- Margaretha, C. & Soelaiman, L. (2022). Entrepreneurial Orientation, Market Orientation, and Organizational Culture on Business Performance. Dalam *Proceedings of the Tenth International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2021 (ICEBM 2021)*, 387–393. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220501.058>
- Merline, M., & Widjaja, O. H. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi terhadap Keberhasilan UKM Alumni dan Mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(2), 435–443. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18243>
- Ranto, D. W. P. (2016). Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(2), 1–11.
- Riany, A. I., & Dahmiri, D. (2020). Pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keunggulan bersaing (Studi kasus wedding organizer hastina puspita decoration kota Jambi). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(2), 94–104. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i2.12038>
- Risnawati, & Noermijati. (2011). Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja organisasi

- koperasi: Orientasi pasar sebagai variabel intervening (Studi pada koperasi primer di kota Palu, Sulawesi Tengah). *JAM: Jurnal Aplikasi Manajemen*, 9(3), 172–182.
- Rohmah, E. N., & Ciptono, W. S. (2022). *Orientasi kewirausahaan dan integrasi pengetahuan terhadap keberhasilan usaha waralaba pada sektor makanan dan minuman di Indonesia: Ikatan dan pembelajaran eksploratif sebagai variabel moderasi* [Universitas Gadjah Mada].
- Saiman, L. (2014). *Kewirausahaan: Teori, praktik, dan kasus-kasus* (2nd ed.). Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Wiley & Sons.
- Setiawan, L. R. & Soelaiman, L. (2021). Pengaruh Kolaborasi, Kecerdasan Budaya, dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UKM Kota Sibolga. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(2), 388–397. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i2.11885>
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarPLS 3.0: Untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis* (1st ed.). Andi Offset.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Yusuf, A. & Soelaiman, L. (2022). Pengaruh Keterampilan, Orientasi Pasar, dan Jaringan Usaha terhadap Kinerja UMKM Melalui Kompetensi Wirausaha. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(1), 22-30. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i1.17120>