

**TESIS**

**PENGARUH ORIENTASI STRATEGIS , KEKUATAN PASAR,  
KOLABORASI ORGANISASI, PEMBELAJARAN  
ORGANISASI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP  
KINERJA PERUSAHAAN  
(STUDI PADA UKM KAIN SASIRANGAN)**



**OLEH :**

**SINGGIH PRABOWO ALMANDA  
NIM. 1920318310004**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
BANJARMASIN  
2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH ORIENTASI STRATEGIS , KEKUATAN PASAR,  
KOLABORASI ORGANISASI, PEMBELAJARAN ORGANISASI DAN  
INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN  
(STUDI PADA UKM KAIN SASIRANGAN)**

**T E S I S**

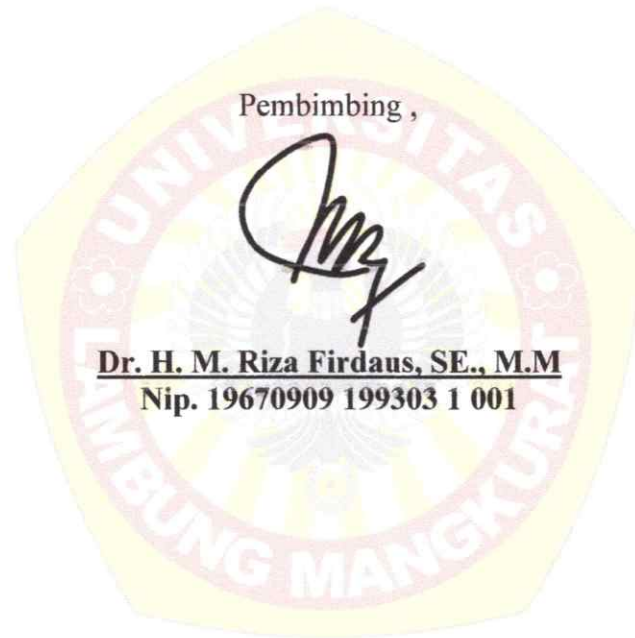
**OLEH**

**SINGGIH PRABOWO ALMANDA  
NIM. 1920318310004**

Pembimbing ,



**Dr. H. M. Riza Firdaus, SE., M.M**  
**Nip. 19670909 199303 1 001**



Mengetahui,  
Ketua Program Magister Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Lambung Mangkurat



**Dr. Meiske Claudia, SE, MM**  
**Nip. 19721010 200312 2 002**

LEMBAR PERSETUJUAN

JUDUL TESIS : PENGARUH ORIENTASI STRATEGIS , KEKUATAN PASAR,  
KOLABORASI ORGANISASI, PEMBELAJARAN  
ORGANISASI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP  
KINERJA PERUSAHAAN (STUDI PADA UKM KAIN  
SASIRANGAN)

N A M A : SINGGIH PRABOWO ALMANDA

N I M : 1920318310004

Pembimbing ,



**Dr. H. M. Riza Firdaus, SE., M.M**  
**Nip. 19670909 199303 1 001**

Mengetahui,

Ketua Program Magister Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Lambung Mangkurat



**Dr. Meiske Claudia, SE, MM**  
**Nip. 19721010 200312 2 002**

Tanggal Lulus : 2 Agustus 2023

## PERNYATAAN ORISINAL TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah TESIS saya yang berjudul:

**PENGARUH ORIENTASI STRATEGIS, KEKUATAN PASAR,  
KOLABORASI ORGANISASI, PEMBELAJARAN  
ORGANISASI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP  
KINERJA PERUSAHAAN  
(STUDI PADA UKM KAIN SASIRANGAN)**

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini yang disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah **TESIS** ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur **PLAGIASI**, saya bersedia **TESIS** ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (**M.M.**) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (**UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70**).

Banjarmasin, Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



**Singgih Prabowo Almanda**

NIM. 1920318310004

## ABSTRACT

**Singgih Prabowo Almanda**, *The Effect of Strategic Orientation, Market Force Organizational Collaboration, Organizational Learning and Product Innovation on Corporate Performance for SMEs of Sasirangan.*

*This research aimed at examining and analysing the effect of strategic orientation, market power, organizational collaboration, organizational learning and product innovation on corporate performance. Strategic orientation was measured by three dimensions including market, entrepreneurship, and technology orientation. However, market power was analysed by four indicators that might be the understanding of customers towards the brand, loyalty of particular product, similarity of products in the market and the existence of price war. Four indicators were found to identify the organizational collaboration which could be executed by collaborating with the customers, competitors, suppliers and government. Organizational learning was assessed through four indicators, involving commitment to learn, share the vision, open-mindedness, and share knowledge within the organization. In addition, product innovation was identified through three indicators, which were product line expansion, imitation/fake products and new products. While company performance was measured through four indicators that consisted of financial perspective, consumer perspective, internal business perspective and learning and growth perspective.*

*The population of this study was all Sasirangan Cloth SMEs located in Sasirangan Village, Banjarmasin. Based on a report from the Department of Industry of Banjarmasin in 2019, the number of Sasirangan craftsmen in Banjarmasin City was 101 people. The determination of the sample for this study used saturated samples and obtained a sample of 69 SMEs. This study uses a structural equation model (SEM) which was measured using PLS (partial Least Square) software.*

*Based on the results of the analysis that had been carried out, it was identified that Strategic orientation had a positive and significant effect on product innovation. Moreover, market power had a significant positive effect on product innovation. Organizational collaboration had a significant positive effect on product innovation. Furthermore, strategic orientation had a significant positive effect on organizational learning. In addition, organizational learning had a significant positive effect on product innovation. The product innovation had a significant positive effect on company performance*

**Keywords:** *Strategic Orientation, Market Force, Organizational Collaboration, Organizational Learning, Product Innovation, Corporate/Company Performance.*

## ABSTRAK

**Singgih Prabowo Almanda**, Pengaruh Orientasi Strategis, Kekuatan Pasar, Kolaborasi Organisasi, Pembelajaran Organisasi dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Perusahaan Pada UKM Kain Sasirangan. Riza Firdaus (Pembimbing Utama).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh orientasi Strategis, kekuatan pasar, kolaborasi organisasi, pembelajaran organisasi dan Inovasi Produk pada kinerja perusahaan. Orientasi Strategis diukur melalui tiga dimensi, yaitu orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan orientasi teknologi. Kekuatan pasar diukur melalui empat indikator, yaitu pemahaman konsumen terhadap merek, kesetiaan terhadap merek tertentu, persamaan produk pada pasar dan terjadinya perang harga. Kolaborasi organisasi diukur melalui empat indikator, yaitu kolaborasi dengan pelanggan, kolaborasi dengan pesaing, kolaborasi dengan pemasok, dan kolaborasi dengan pemerintah. Pembelajaran organisasi diukur melalui empat indikator, yaitu komitmen untuk belajar, berbagi visi, keterbukaan pemikiran, dan berbagi pengetahuan dalam organisasi. Inovasi produk diukur melalui tiga indikator, yaitu perluasan lini produk, produk tiruan/palsu dan produk baru. Sedangkan kinerja perusahaan diukur melalui empat indikator, yaitu : sudut pandang keuangan, sudut pandang konsumen, sudut pandang bisnis internal dan sudut pandang pembelajaran dan pertumbuhan.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh UKM Kain Sasirangan yang berada di Kampung Sasirangan Kota Banjarmasin. Berdasarkan laporan dari Dinas Perindustrian Kota Banjarmasin Tahun 2019, jumlah perajin kain sasirangan yang berada di Kota Banjarmasin berjumlah 101 perajin. Penentuan sampel penelitian ini menggunakan sampel jenuh dan memperoleh sampel sebanyak 69 ukm. Penelitian ini menggunakan model persamaan struktural (SEM) yang diukur dengan menggunakan software PLS (*partial Least Square*).

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diketahui bahwa orientasi Strategis berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk. Kekuatan pasar berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi produk. Kolaborasi organisasi berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi produk. Orientasi Strategis berpengaruh positif signifikan terhadap pembelajaran organisasi. Pembelajaran organisasi berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi produk. Inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Kata Kunci : *Orientasi Strategis, Kekuatan Pasar, Kolaborasi Organisasi, Pembelajaran Organisasi, Inovasi Produk, Kinerja Perusahaan*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Segala puji hanya milik Allah SWT yang dengan kehendak-Nya penulis mampu menyelesaikan penelitian ini. Sholawat dan salam semoga tercurah kepada Rasulullah SAW, para sahabat dan seluruh pengikutnya yang setia hingga akhir zaman.

Sesuai dengan kurikulum program Magister Manajemen Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, dalam menyelesaikan program studinya mahasiswa diwajibkan menyusun laporan hasil penelitian dalam bentuk karya ilmiah di jenjang Strata 2 (Tesis). Bidang penelitian yang penulis angkat adalah konsentrasi Manajemen Strategis dengan judul “Pengaruh Orientasi Strategis, Kekuatan Pasar, Kolaborasi Organisasi, Pembelajaran Organisasi dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada UKM Kain Sasirangan). Tersusunnya Tesis ini, penulis tentunya tak lepas dari bantuan dari berbagai pihak, oleh karenanya pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Zakhyadi Ariffin, M.Si., selaku Ketua Program Magister Manajemen Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
2. Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu serta memberikan saran demi selesainya tesis ini.
3. Semua dosen Program Magister Manajemen Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
4. Seluruh Staf dan karyawan (civitas akademik) Program Magister Manajemen Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
5. Seluruh responden penelitian yang telah membantu peneliti dalam proses penelitian.
6. Istri yang telah memberikan motivasi baik moril maupun spiritual selama penulis menempuh pendidikan.
7. Kedua Orang Tua yang telah mendidik dan membesarkan peneliti dengan tulus dan ikhlas, tanpa pamrih, dan penuh cinta.
8. Seluruh teman mahasiswa Program Magister Manajemen Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas segala bantuan dan partisipasi dalam mendukung kelancaran penyusunan tesis ini.

Akhir kata penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat baik bagi pengembangan ilmu manajemen Strategis maupun bagi para pelaku UKM Ssasirangan. Semoga amal baik yang kita perbuat mendapat ridho dari Allah SWT, Amin.

Banjarmasin, Juni 2023



Singgih Prabowo Almanda



## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| LEMBAR PENGESAHAN .....   | i    |
| LEMBAR PERSETUJUAN.....   | ii   |
| PERNYATAAN ORISINAL TESIS .....                                 | iii  |
| ABSTRACT.....   | iv   |
| ABSTRAK .....   | v    |
| KATA PENGANTAR .....  | vi   |
| DAFTAR ISI.....   | viii |
| DAFTAR GAMBAR .....   | xi   |
| DAFTAR TABEL.....   | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....  | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN .....   | 1    |
| 1.1. Latar Belakang .....                                       | 1    |
| 1.2. Rumusan Masalah .....                                      | 6    |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....                                    | 8    |
| 1.4. Manfaat Penelitian .....                                   | 9    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                                    | 10   |
| 2.1. Landasan Teori.....  | 10   |
| 2.1.1 Orientasi Strategis .....                                 | 10   |
| 2.1.2 Kekuatan Pasar.....                                       | 22   |
| 2.1.3 Kolaborasi Organisasi .....                               | 27   |
| 2.1.4 Pembelajaran Organisasi.....                              | 29   |
| 2.1.5 Inovasi Produk .....                                      | 31   |
| 2.1.6 Kinerja Perusahaan.....                                   | 34   |
| 2.2. Penelitian Terdahulu .....                                 | 40   |
| BAB III KERANGKA PIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....          | 50   |
| 3.1. Kerangka Konseptual.....                                   | 50   |
| 3.2. Pengaruh Antar Variabel.....                               | 52   |
| 3.2.1 Pengaruh Orientasi Strategis terhadap Inovasi Produk..... | 52   |
| 3.2.2 Pengaruh Kekuatan Pasar terhadap Inovasi Produk.....      | 54   |

|   |           |
|---|-----------|
| 3.2.3 Pengaruh Kolaborasi Organisasi terhadap Inovasi Produk.....         | 55        |
| 3.2.4 Pengaruh Orientasi Strategis terhadap Pembelajaran Organisasi ..... | 57        |
| 3.2.5 Pengaruh Pembelajaran Organisasi terhadap Inovasi Produk.....       | 58        |
| 3.2.6 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Perusahaan .....           | 59        |
| <b>BAB IV METODE PENELITIAN .....</b>                                     | <b>61</b> |
| 4.1. Jenis dan Lokasi Penelitian .....                                    | 61        |
| 4.2. Unit Analisis .....  | 61        |
| 4.3. Populasi dan Sampel .....  | 62        |
| 4.4. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....          | 62        |
| 4.5. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian .....              | 73        |
| 4.6. Pengumpulan Data .....   | 76        |
| 4.7. Metode Analisis Data.....  | 76        |
| 4.8. Teknik Analisis Data (Pengukuran Metode Partial Least Square).....   | 77        |
| <b>BAB V HASIL PENELITIAN .....</b>                                       | <b>82</b> |
| 5.1. Gambaran Umum dan Objek Penelitian .....                             | 82        |
| 5.2. Karakteristik Responden .....  | 83        |
| 5.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                      | 84        |
| 5.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....            | 85        |
| 5.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....       | 85        |
| 5.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha .....               | 86        |
| 5.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Omset Penjualan .....          | 86        |
| 5.3. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....                         | 87        |
| 5.3.1. Orientasi Strategis .....  | 87        |
| 5.3.2. Kekuatan Pasar .....   | 90        |
| 5.3.3. Kolaborasi Organisasi .....  | 92        |
| 5.3.4. Pembelajaran Organisasi .....                                      | 93        |
| 5.3.5. Inovasi Produk .....   | 95        |
| 5.3.6. Kinerja Perusahaan.....  | 96        |
| 5.4. Uji Evaluasi Model .....   | 98        |
| 5.4.1. Uji Outlier .....  | 98        |
| 5.4.2. Uji Outer Model atau Measurement Model .....                       | 102       |
| 5.4.3. Uji Inner Model atau Structural Model .....                        | 109       |

|  |        |
|--|--------|
| 5.5. Uji Hipotesis .....   | 112    |
| 5.5.1. Pengaruh Orientasi Strategis Terhadap Inovasi Produk.....           | 114    |
| 5.5.2. Pengaruh Kekuatan Pasar Terhadap Inovasi Produk .....               | 115    |
| 5.5.3. Pengaruh Kolaborasi Organisasi Terhadap Inovasi Produk.....         | 116    |
| 5.5.4. Pengaruh Orientasi Strategis Terhadap Pembelajaran Organisasi ..... | 116    |
| 5.5.5. Pengaruh Pembelajaran Organisasi Terhadap Inovasi Produk .....      | 117    |
| 5.5.6. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Perusahaan .....           | 118    |
| 5.6. Implikasi Hasil Penelitian .....                                      | 118    |
| 5.6.1. Implikasi Teoritis .....  | 118    |
| 5.6.2. Implikasi Praktis .....   | 123    |
| 5.6.3. Keterbatasan Penelitian .....                                       | 124    |
| BAB VI PENUTUP .....   | 125    |
| 6.1. Kesimpulan .....  | 125    |
| 6.2. Saran.....  | 128    |
| DAFTAR PUSTAKA .....   | xii    |
| LAMPIRAN .....   | xxxvii |
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....                                      | xxxvii |
| Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden .....                                   | xii    |
| Lampiran 3 Hasil Olah Data SmartPLS 3.0.....                               | xii    |

## DAFTAR GAMBAR

|  |     |
|--|-----|
| Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual .....                            | 51  |
| Gambar 5. 1 Model Persamaan Struktural .....                     | 98  |
| Gambar 5. 2 Hasil Outlier Variabel Orientasi Strategis.....      | 99  |
| Gambar 5. 3 Hasil Outlier Variabel Kekuatan Pasar .....          | 100 |
| Gambar 5. 4 Hasil Outlier Variabel Kolaborasi Organisasi.....    | 100 |
| Gambar 5. 5 Hasil Outlier Variabel Pembelajaran Organisasi ..... | 101 |
| Gambar 5. 6 Hasil Outlier Variabel Inovasi Produk .....          | 101 |
| Gambar 5. 7 Hasil Outlier Variabel Kinerja Perusahaan .....      | 102 |
| Gambar 5. 8 Koefisien Jalur.....                                 | 112 |
| Gambar 5. 9 Hasil Bootstrapping.....                             | 113 |

## DAFTAR TABEL

|  |     |
|--|-----|
| Tabel 1. 1 Laju Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto Industri Pengolahan atas dasar harga konstan (%) .....    | 2   |
| Tabel 1. 2 Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto Industri Pengolahan atas dasar harga konstan (milyar Rp) ..... | 3   |
| Tabel 1. 3 Research Gap, Penelitian, Temuan .....  | 6   |
| Tabel 2. 1 Perbandingan antara Variabel penelitian ini dengan Penelitian Terdahulu.....                              | 48  |
| Tabel 4. 1 Definisi Operasional Variabel.....  | 70  |
| Tabel 4. 2 Parameter Convergent.....   | 74  |
| Tabel 5. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....  | 84  |
| Tabel 5. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....   | 85  |
| Tabel 5. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....   | 85  |
| Tabel 5. 4 Jumlah Responden Berdasarkan Lama Usaha .....   | 86  |
| Tabel 5. 5 Jumlah Responden Berdasarkan Omset Penjualan Perbulan.....  | 86  |
| Tabel 5. 6 Penilaian Responden Terhadap Orientasi Strategis .....  | 87  |
| Tabel 5. 7 Penilaian Responden Terhadap Kekuatan Pasar .....   | 90  |
| Tabel 5. 8 Penilaian Responden Terhadap Kolaborasi Organisasi .....  | 92  |
| Tabel 5. 9 Penilaian Responden Terhadap Pembelajaran Organisasi.....   | 93  |
| Tabel 5. 10 Penilaian Responden Terhadap Inovasi Produk .....  | 95  |
| Tabel 5. 11 Penilaian Responden Terhadap Kinerja Perusahaan.....   | 96  |
| Tabel 5. 12 Hasil Outer Loading.....   | 103 |
| Tabel 5. 13 Hasil Perhitungan Cross Loading Konstruk Penelitian .....  | 105 |
| Tabel 5. 14 Nilai Average Variance Extracted Variabel Penelitian.....  | 106 |
| Tabel 5. 15 Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha .....   | 108 |
| Tabel 5. 16 Nilai R-Square .....   | 110 |
| Tabel 5. 17 Hasil Bootstrapping.....   | 113 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |        |
|---|--------|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....         | xxxvii |
| Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden .....      | xii    |
| Lampiran 3 Hasil Olah Data SmartPLS 3.0 ..... | xii    |