

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Orientasi Kewirausahaan

2.1.1.1 Definisi Orientasi Kewirausahaan

Miller (1983) dalam Sofyan (2017) Menjelaskan bahwa definisi orientasi kewirausahaan sebagai hal pertama dengan cara yaitu daya inovasi di pasar, mempunyai sikap untuk dapat mengambil resiko, dan proaktif mengenai perubahan yang sedang terjadi di pasar. Sehingga menurut Sulaeman (2018) berpendapat bahwa untuk mengukur keberhasilan suatu usaha sangat ditentukan oleh faktor wirausaha yang memiliki daya dalam mengkoordinasi pasar, aktivitas antar fungsi di dalam organisasi, mengantisipasi perubahan strategi dan respon cepat dalam perubahan pesaing.

Sementara itu, definisi Orientasi kewirausahaan adalah sebagai acuan pada seperangkat ciri psikologis pribadi, nilai, atribut, dan sikap yang kuat berhubungan dengan motivasi untuk terlibat dalam kegiatan berusaha (Szycher, 2020) dalam (Slamet & Iskandar, 2016). Covin dan Slevin (2018) dalam Fahmi (2015) memiliki pendapat bahwa bahwa orientasi kewirausahaan memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan ide dan mewujudkannya dalam bentuk produk dan layanan baru, berpartisipasi dalam proyek berisiko, memprediksi kebutuhan masa depan, dan menemukan peluang pasar baru.

Bagian dari dimensi proses pembuatan strategi sama dengan dimensi proses orientasi kewirausahaan. Karena kedua aspek ini mewujudkan berupa bentuk dari organisasi dan metode yang digunakan Perusahaan untuk pengambilan Keputusan. Menurut Rahmadi et al (2020) Dalam orientasi kewirausahaan terdapat suatu proses, praktik dan aktivitas yang menggunakan inovasi produk, pengambilan risiko dan usaha yang proaktif untuk memenangkan persaingan. Kewirausahaan adalah strategi dalam pemberlakuan kebijakan Perusahaan agar Perusahaan dapat menjalankan usaha secara proaktif dan inovatif. Beberapa komponen yang terdapat di dalam kewirausahaan mengacu pada aspek inovasi, pengembangan produk, memfasilitasi bisnis baru, dan rekayasa operasi yang sudah ada (Wiklund & Shepherd, 2005) dalam (Darmanto et al, 2015). Untuk mencapai tujuan perusahaan dapat didukung beberapa faktor. Salah satunya, orientasi kewirausahaan, pelaku usaha dapat berorientasi pada usahanya untuk mencapai keberhasilan usaha, sehingga pelaku usaha dapat terus mencari peluang untuk mengembangkan usahanya (Iffan & Anggita, 2022).

Orientasi kewirausahaan disebut-sebut sebagai spearhead (pelopor) untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi perusahaan berkelanjutan dan berdaya saing tinggi (Suryana, 2008) dalam (Iha Haryani, 2015). Pada perubahan lingkungan pesaing yang dinamis, sudah hal yang jelas bahwa orientasi kewirausahaan merupakan suatu aspek yang penting dalam keberlangsungan berusaha (Feriyansyah & Febriansyah, 2023). Orientasi wirausaha mencerminkan kecenderungan perusahaan untuk terlibat dalam perilaku inovatif, berani mengambil resiko dan proaktif untuk mengalahkan pesaing (Utama, 2018).

Orientasi Kewirausahaan juga adalah proses sikap individu dari seorang wirausaha yang aktif dalam mencari peluang usaha dengan berdasar pada tingkat dan sifat yang tercermin yaitu inovatif, proaktif, dan berani mengambil resiko (Jalali et al., 2014).

2.1.1.2 Indikator Orientasi Kewirausahaan

Dari beberapa yang dikemukakan dari definisi diatas sering kali disebutkan bahwa beberapa indicator yang disebutkan adalah inovatif, bertindak secara proaktif, dan juga berani mengambil resiko. Seperti yang dikemukakan oleh Lumpkin and dess (1996) dalam wardi et al (2017)“ Lebih khusus Miller (1983) memperkenalkan dimensi spesifik dari orientasi kewirausahaan atas tiga dimensi yaitu, keinovasian, keproaktifan, dan keberanian mengambil resiko”. Berikut beberapa indicator orientasi kewirausahaan (Lumpkin & Dess, 1996) dalam (Ramawati, 2017).

1. Inovatif

Kecendrungan untuk ikut serta dalam suatu kepemimpinan teknologi dengan melalui riset dan pengembangan dalam hal proses baru serta eksperimen dan kreatif dalam pengenalan produk atau layanan jasa baru.

2. Proaktif

Langkah tegas dalam pengambilan keputusan ketika mengeksplorasi hal yang belum diketahui, meminjam dana dalam jumlah besar, dan mengalokasikan sumber daya yang signifikan untuk lingkungan yang tidak pasti.

3. Keberanian mengambil resiko

Atau juga bisa disebut risk-taking yaitu pencarian peluang , sudut pandang menjadi visioner yang ditandai dengan pengenalan produk dan jasa baru lebih dulu dalam persaingan dan bertindak dalam mengantisipasi permintaan di masa yang akan datang.

2.1.2 Kemampuan Inovasi

2.1.2.1 Definisi Kemampuan Inovasi

Kreativitas serta inovasi adalah kapasitas individu untuk menciptakan hal-hal yang baru, baik itu dalam bentuk gagasan atau ide orsinil terhadap produk atau jasa serta untuk mengembangkan yang telah ada sebelumnya (Ellya et al., 2021). Sedangkan menurut Wibowo (2019). Kemampuan Inovasi adalah kapasitas untuk menghasilkan perspektif, ide, atau gagasan yang baru, atau praktek yang dapat diterima dan diadopsi oleh masyarakat untuk kepentingan bisnis. Inovasi dapat melibatkan pemanfaatan pengetahuan, keterampilan dan juga pengalaman guna menciptakan nilai tambah.

Kemampuan Inovasi merujuk pada kemampuan internal suatu intetitas yang mencerminkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kapabilitas perusahaan secara berkelanjutan dalam mencapai inovasi, dengan tujuan memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan stakeholder (Andersson et al., 2020). Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh (Prajogo dan Ahmed, 2006) dalam (Saunila, 2014) bahwa kesuksesan perusahaan sangat bergantung dari teknnologi perusahaan dan juga sumber daya manajemen. Selain itu, inovasi itu menunjuk

kepada kemampuan dalam produk, proses, pemasaran, dan sistem manajemen semuanya memiliki tingkat yang berbeda setiap tingkat efektivitas bagi dunia usaha (Maldonado-Guzmán et al., 2019). Menurut Songkajorn et al (2020) Kemampuan inovasi terdapat tiga indikator utama yaitu kemampuan inovasi proses, kemampuan inovasi produk, dan juga kemampuan inovasi pasar.

2.1.2.2 Indikator Kemampuan Inovasi

Berikut ini indikator kemampuan inovasi menurut Songkajorn et al (2020):

1. Kemampuan Inovasi Proses

Yaitu ketika bisnis dapat menerima perubahan yang baru pada saat yang akan datang, manajemen berkembang untuk meningkatkan kinerja bisnis, memangkas biaya operasional, dan manajemen bisnis diadaptasi dengan cara baru dan bentuk yang efektif.

2. Kemampuan Inovasi Produk

Kemampuan inovasi produk dapat diraih ketika bisnis dapat menciptakan produk baru di pasar, bisnis dapat membangun nilai lebih dari material atau fasilitas yang ada dengan mengembangkan bentuk-bentuk baru untuk produk, dan bisnis mengembangkan pembuatan produk proses untuk mencapai biaya pengeluaran yang lebih rendah.

3. Kemampuan Inovasi Pasar

Hal ini dapat diraih saat bisnis dapat menciptakan proses produk yang dirasakan melalui hal baru dan saluran distribusi modern, ada saluran yang

memungkinkan pelanggan membeli atau menggunakan layanan dalam berbagai bentuk.

2.1.3 Keunggulan Bersaing Berkelanjutan

2.1.3.1 Definisi Keunggulan Bersaing Berkelanjutan

Porter (1985) dalam Wijayanto (2019) mendefinisikan keunggulan bersaing sebagai kondisi dimana perusahaan memiliki kinerja di atas rata-rata industrinya. Keunggulan bersaing menurut adalah cara terpenuhi jika pelanggan memperoleh perbedaan yang konsisten dalam attribute yang terpenting dari produk yang dihasilkan dibandingkan pesaingnya, dimana perbedaan tersebut merupakan dampak langsung dari kesenjangan/ kemampuan antara produsen dan pesaingnya. Perusahaan yang melakukan inovasi berkelanjutan dipandang sebagai sumber keunggulan bersaing.

Menurut David Fried R. dan David Foster R. (2016) keunggulan bersaing berkelanjutan dapat diperoleh dengan: (1) secara berkelanjutan beradaptasi dengan segala perubahan dan tren eksternal, kejadian dan kompetensi internal, sumber daya. (2) Memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi strategi utama faktor internal dan eksternal. Kondisi persaingan yang ketat mengharuskan para pelaku usaha untuk menciptakan strategi-strategi bisnis, seperti strategi Resource Based View (RBV) dan meningkatkan orientasi kewirausahaannya, hal ini dilakukan untuk dapat membantu meningkatkan kapabilitas usaha mereka dalam menciptakan keunggulan bersaing (Sartika & Handayani, 2021). Pencapaian keunggulan bersaing berkelanjutan menurut (Barney, 1991) dalam

(Chigara, 2021), ditentukan peran sumber daya yang terdiri modal manusia, modal struktural dan modal relasional untuk menciptakan nilai yang bermanfaat bagi konsumennya, sulit ditiru oleh para pesaingnya dan didukung oleh manajemen Perusahaan Melalui pendekatan RBV. Keunggulan bersaing menjadi keunggulan bersaing berkelanjutan ditentukan oleh sumber daya organisasi yang bernilai, langka, sulit untuk ditiru, dan sulit untuk digantikan (Barney, 1991) dalam (Chigara, 2021).

2.1.3.2 Indikator Keunggulan Bersaing Berkelanjutan

Untuk mengukur keunggulan bersaing berkelanjutan menurut Barney (1991) dalam Chigara (2021). Menjelaskan menggunakan empat indikator yaitu Bernilai, langka, sulit untuk ditiru, dan sulit untuk digantikan. Berikut penjelasan mengenai indikator tersebut:

1. Bernilai

Perusahaan akan dikatakan bernilai apabila mempunyai sumber daya yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain. Hal ini dapat ditemukan apabila sumber daya tersebut memiliki kemampuan serta pengalaman untuk memberikan nilai lebih kepada konsumen pada produk atau jasa yang ditawarkan untuk mencapai keunggulan pesaing. Berbeda dengan yang lain

2. Langka

Sumber daya harus langka atau unik untuk menawarkan keunggulan kompetitif, sumber daya yang dimiliki oleh beberapa perusahaan di pasar tidak dapat memberikan keunggulan kompetitif, karena mereka tidak dapat merancang

dan mengembangkannya menjalankan strategi bisnis yang unik dibandingkan dengan pesaing lainnya.

3. Sulit Untuk Ditiru

Perusahaan akan menjadi sulit untuk ditiru apabila, produk atau layanan yang diberikan sulit ditiru, hal ini dipengaruhi oleh sumber daya dan manajemen organisasi.

4. Sulit Untuk Digantikan

Perusahaan akan sulit untuk digantikan, apabila cangkupan sumber daya, produk atau layanan jasa sulit untuk digantikan oleh perusahaan lain.

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Selanjutnya untuk mendukung penelitian ini, dapat disajikan daftar penelitian terdahulu dan teori yang sudah dijabarkan atau dikemukakan pada Tabel 2.1 sehingga dapat membedakan keaslian penelitian ini:

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1.	Fitriyana Rahmawati Kusuma Putri, Sri Suryoko, 2018	PENGARUH ORIENTASI WIRAUSAHA DAN ORIENTASI PASAR KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN (PADA UMKM PERDAGANGAN BATIK PASAR KLEWER DI SURAKARTA)	Orientasi wirausaha dan orientasi pasar secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan pada UMKM perdagangan batik pasar klewer di Surakarta.	Terdapat 1 variabel independent dan terdapat 1 variabel dependen.	Terdapat variable orientasi pasar sebagai variable independent.

No.	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
2.	Ni Wayan Merry Nirmala Yani, I Gusti Ngurah Widya Hadi Saputra, 2023	PERAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN MEMEDIASI PENGARUH DUKUNGAN PEMERINTAH TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN UKM	Peran variabel orientasi kewirausahaan sebagai pemediasi parsial diartikan bahwa dukungan institusi pemerintah dapat mempengaruhi keunggulan kompetitif berkelanjutan secara langsung maupun secara tidak langsung melalui orientasi kewirausahaan.	Terdapat 1 variabel dependen	Terdapat variable Orientasi kewirausahaan sebagai variable moderator dan dukungan dari institusi pemerintah sebagai variable independent.
3.	Imas Rokhayati, Sri Suryoko, 2020	PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN MELALUI INOVASI PRODUK (STUDI PADA IKM GULA SEMUT DESA DURENSARI)	Terdapat pengaruh tidak langsung antara orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan melalui inovasi produk. Demikian pula terdapat pengaruh tidak langsung antara orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan melalui inovasi produk.	Terdapat 1 variabel independent dan terdapat 1 variabel dependen.	Terdapat variable orientasi pasar sebagai variable independent dan Inovasi produk sebagai variable intervening
4.	Maman Sulaeman, 2018	PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN (STUDI PADA INDUSTRI TAHU DI SENTRA INDUSTRI TAHU KOTA BANJAR)	Terdapat pengaruh positif orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran pada industri tahu di sentra industri tahu Kota Banjar. Artinya jika	Terdapat 1 variabel independent.	Terdapat 2 variabel independent dan 1 variabel dependen.

No.	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
			orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan inovasi produk secara bersama-sama meningkat akan memberikan dampak positif, maka kinerja pemasaran juga akan meningkat.		
5.	Nayda Al-khowarizmi Ryiadi, Ni Nyoman Kerti Yasa, 2016	KEMAMPUAN INOVASI MEMEDIASI PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PRODUK IMK SEKTOR INDUSTRI MAKANAN DI KOTA DENPASAR	Kemampuan inovasi berperan sebagai pemediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja produk IMK sektor industri makanan di Kota Denpasar secara secara. Adapun mediasi yang ada pada penelitian ini bersifat mediasi penuh. Mediasi penuh ini memiliki arti bahwa variabel eksogen tidak lagi berpengaruh pada variabel endogen apabila terdapat variabel intervening sebagai variabel kontrol.	Terdapat 1 variabel independent dan terdapat 1 variabel intervening.	Terdapat 1 variabel dependen.
6.	Alsolamy, 2019	EXPLORING THE RELATIONSHIP BETWEEN ENTREPRENEUR IAL ORIENTATION, INNOVATIVE CAPABILITY AND SOCIAL ENTERPRISES COMPETITIVE POSITIONING: EVIDENCE ON SOCIAL ENTERPRISES IN SAUDI ARABIA	This research highlighted the relationship among EO, IC, and sustainable competitive advantages in Saudi Arabian's social enterprises. The results indicate that IC mediates the relationship between EO and sustainable competitive	Terdapat kesamaan variabel orientasi kewirausahaan, kemampuan inovasi, dan keunggulan bersaing berkelanjutan.	Studi kasus yang diteliti berbeda.

No.	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
7	Teguh et al, 2021	INNOVATION CAPABILITY AND SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE: AN ENTREPRENEURIAL MARKETING PERSPECTIVE	In conclusion, entrepreneurial marketing has a positive and significant effect on the innovative capability to obtain a sustainable competitive advantage for MSMEs. For food and beverage MSMEs	Memiliki topik yang tidak jauh berbeda dengan membahas UMKM dan memiliki 2 variabel yang sama yaitu kemampuan inovasi dan keunggulan bersaing berkelanjutan.	Terdapat variable yang berbeda yaitu pemasaran kewirausahaan dan studi kasus pada UMKM <i>food & beverage</i>
8	Elgarhy & Shouk, 2022	EFFECTS OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION, MARKETING, AND INNOVATION CAPABILITIES, ON MARKET PERFORMANCE: THE MEDIATING EFFECT OF SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE	The current investigation aimed at measuring the direct/indirect impacts of EO, MC, IC and MI on MP considering the mediating effect of SCA. It also measured the interactions between EO, MC and IC in travel agencies	Memiliki kesamaan penelitian dan topik yang dibahas, dan memiliki 3 variabel yang sama yaitu orientasi kewirausahaan, kemampuan inovasi, dan keunggulan bersaing berkelanjutan.	Terdapat 2 variabel tambahan yaitu inovasi pemasaran dan kinerja pasar.
9	Hadjira Chigara	RESOURCE BASED VIEW AND COMPETITIVENESS:AN EMPIRICAL STUDY OF THE	The results of the study indicated that there is an influence of Resources on the competitiveness of the Algerian SME's (Physical Capital Resources, Human Capital Resources and Organizational Capital Resources). Generally speaking, there appeared a positive influence of competitiveness regarding the Resources owed	Terdapat indikator yang sesuai tentang variable keunggulan bersaing berkelanjutan.	Penelitian ini meneliti tentang sumber daya manusia di UMKM Algeria.

No.	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
			by the firm.		
10	Inayah Nadzillah Mohammad, James D. D. Massie Ferdinand J. Tumewu, 2019	THE EFFECT OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION AND INNOVATION CAPABILITY TOWARDS FIRM PERFORMANCE IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (CASE STUDY: GRILLED RESTAURANTS IN MANADO)	Improving the performance of SMEs in Manado cannot be separated from the ability of entrepreneurs to understand entrepreneurial orientation and innovation capabilities. However, the understanding of SMEs in implementing entrepreneurial orientation still needs to be improved.	Terdapat 1 variabel independen	Terdapat 1 variabel independent dan terdapat 1 variabel dependen.

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam dunia bisnis, aspek persaingan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Kondisi persaingan terus semakin meningkat seiring dengan perkembangan dunia bisnis yang semakin kompetitif dan dinamis, hal ini menuntut para pengusaha untuk senantiasa inovatif dan bijaksana dalam pengambilan keputusan. Untuk dapat bertahan dalam dunia bisnis maka perusahaan harus memiliki daya saing yang tinggi agar dapat mencapai keunggulan bersaing. Dengan memiliki aspek keunggulan bersaing perusahaan dapat mencapai tujuan dan memaksimalkan keuntungan perusahaan. Namun, keunggulan bersaing saja tidak cukup, perusahaan harus mempertahankan keunggulan bersaing secara konsisten dan memiliki nilai perusahaan yang tinggi. Hal ini dapat dilakukan dengan cara melakukan sebuah diferensiasi sehingga menjadi keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Keunggulan bersaing yang

berkelanjutan sangat penting diterapkan bagi perusahaan yang memiliki komitmen untuk terus berkembang dan bertahan pada dinamika dunia bisnis.

Orientasi kewirausahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing harus dimiliki tiap pengusaha yang sedang menjalankan usaha, karena jika seorang pengusaha tidak memiliki orientasi kewirausahaan usaha yang dijalankannya tidak akan berkembang secara signifikan, bahkan akan lebih buruknya perusahaan akan mengalami kebangkrutan. Ketika seorang pengusaha yang sedang menjalani bisnis, ketika ia sedang memulai pada awalnya harus memiliki orientasi kewirausahaan yang memiliki visi, misi, dan tujuan strategis untuk perusahaannya. Siap dalam menghadapi tantangan persaingan dunia bisnis secara inovatif, proaktif dan berani mengambil resiko

Seorang pengusaha yang memiliki orientasi kewirausahaan tidak akan sempurna menjalankan bisnis apabila tidak memiliki sebuah kemampuan inovasi. Perusahaan akan stagnan dalam pengembangan bisnis dan juga produk, perusahaan juga akan mengalami kesulitan dalam mengelola suatu bisnis dalam jangka panjang. Maka dari itu, kemampuan inovasi juga penting bagi pengusaha yang sedang menjalankan usaha. Karena dengan adanya kemampuan inovasi, sebuah ide brilian senantiasa muncul, daya batas kreatifitas sumber daya manusia dalam perusahaan akan berkembang dan meningkat, Kemampuan inovasi juga didorong dengan strategi bisnis. Kemampuan inovasi dapat dilakukan dengan mengelola pengetahuan perusahaan serta manajemen teknologi. Sehingga kemampuan inovasi dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas perusahaan.

Dengan hal itu, sangat penting bagi perusahaan untuk memiliki keunggulan bersaing dengan melalui orientasi kewirausahaan dan juga kemampuan inovasi yang dilakukan dengan semaksimal mungkin. Maka dari itu dengan meningkatkan orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi merupakan langkah yang tepat bagi perusahaan agar keunggulan bersaing berkelanjutan dapat tercapai sesuai dengan tujuan.

2.2.1 Keterkaitan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan

Orientasi kewirausahaan dapat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing karena dalam menjalankan usaha tentu saja perkembangan usaha tergantung pada seorang pengusaha.

Menurut (Bharadwaj, 1993) dalam Rokhayati & Suryoko (2020) menyatakan bahwa sumber daya manusia yang dapat mengelola perusahaan dan memiliki keunggulan menghadapi berbagai faktor internal dan eksternal sehingga dapat dijadikan sebagai strategi bisnis yang meningkatkan daya saing perusahaan.

Keterkaitan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan dibuktikan oleh penelitian Putri & Surkoyo (2018) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

2.2.2 Keterkaitan Kemampuan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan

Menurut Moizer & Tracey (2010) mencapai tingkat keunggulan kompetitif yang berkelanjutan sangat penting bagi masyarakat perusahaan, karena sifatnya yang hibrid. Keberlanjutan menyiratkan kemampuan untuk mempertahankan daya saing jangka panjang keuntungan. Menariknya, tingkat kemampuan inovasi yang lebih tinggi terkait dengan kemampuan wirausaha sosial dalam menyediakan layanan/produk yang inovatif dalam jangka panjang. Oleh karena itu, kemampuan inovasi memungkinkan perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Keterkaitan kemampuan inovasi terhadap keunggulan bersaing dibuktikan oleh penelitian Teguh et al (2021) yang menyatakan bahwa kemampuan inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan.

2.2.3 Keterkaitan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kemampuan Inovasi

Semakin tinggi orientasi kewirausahaan yang dimiliki para pelaku usaha, semakin tinggi juga kemampuan inovasi yang dapat dilakukannya. Hasil ini berhasil mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hafeez et al (2012) yang menemukan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi yang dilakukan suatu UKM di Pakistan.

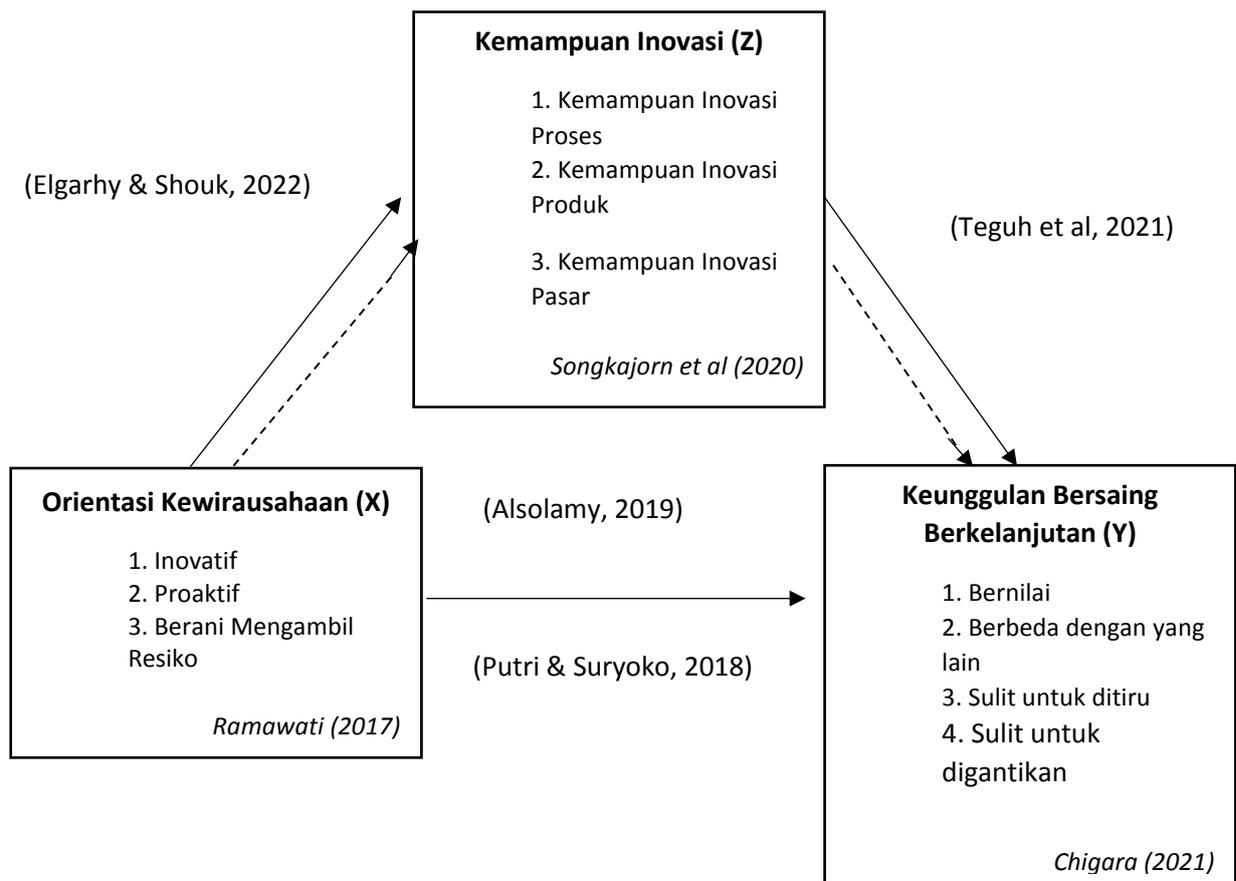
Penelitian Elgarhy & Shouk (2023) menemukan bahwa Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan inovasi dalam sebuah perusahaan agensi travel di Kairo, Mesir.

2.2.4 Keterkaitan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Melalui Kemampuan Inovasi

Organisasi sosial pada dasarnya bertujuan untuk mensejahterakan rakyat jelata. Perusahaan-perusahaan ini dapat dikatakan demikian bisnis nirlaba yang dapat menghasilkan hasil finansial dengan memberikan nilai kepada konsumen dalam iklan mode, Escribá-Esteve et al (2008). Inovasi dapat dilakukan dengan berbagai cara; misalnya, inovasi teknologi dapat mempercepat proses, sedangkan inovasi strategis dapat memberdayakan evaluasi bisnis suatu organisasi. Berbagai macam teknologi baru dapat memberikan fondasi yang kuat bagi perusahaan-perusahaan ini (Vickers & Lyon, 2014). Pengetahuan yang tepat dan pemahaman akan diperlukan untuk mencapai hasil yang baik dalam organisasi; orientasi seperti itu akan mendorong manajer untuk melaksanakan kegiatan inovatif. Dalam beberapa tahun terakhir, inovasi telah meningkatkan manfaat bagi konsumen dalam berbagai cara. Inovasi memungkinkan suatu organisasi untuk membedakan dirinya dari yang lain.

Penelitian (Alsolamy, 2019) menemukan bahwa Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan melalui kemampuan inovasi dalam sebuah perusahaan sosial di Arab Saudi.

Berikut ini adalah skema paradigma dari penelitian ini:



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada faktafakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Sugiyono, 2020).

Hipotesis penelitian dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian, sampai terbukti melalui data yang

terkumpul dan harus diuji secara empiris. Berdasarkan uraian kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

1. Diduga bahwa terdapat pengaruh dari orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan pada UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung.
2. Diduga bahwa terdapat pengaruh dari kemampuan inovasi terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan pada UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung.
3. Diduga bahwa terdapat pengaruh dari orientasi kewirausahaan terhadap kemampuan inovasi pada UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung.
4. Diduga bahwa terdapat pengaruh dari orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan melalui kemampuan inovasi pada UMKM jasa wedding fotografi di Kota Bandung.