

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Wawasan Wirausaha

2.1.1.1 Pengertian Wawasan Wirausaha

Menurut Yahya Muhammad (2016) Wawasan berwirausaha adalah pandangan atau konsepsi seseorang terhadap nilai-nilai wirausaha yang sering juga diartikan sebagai entrepreneur (Muhammad, 2016). Dan juga menerangkan bahwa Motivasi kewirausahaan dan wawasan wirausahawan mempengaruhi Minat mahasiswa dalam berbinis (Haqiqi & Cahya, 2023).

Wawasan kewirausahaan itu pemahaman seorang pembisnis dalam mengelola usaha yang sedang atau akan di bangun (Kamilah et al., 2023). Wawasan wirausaha merupakan kemampuan seorang wirausaha dalam mengimplementasikan faktor yang berkaitan dengan pengetahuan kewirausahaan (Aqmala et al., 2020). Menurut Indriyani dan Subowo (2019) wawasan atau pengetahuan kewirausahaan adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan sesuatu yang baru melalui berpikir kreatif dan inovatif, sehingga dapat menciptakan ide – ide atau peluang dan dapat dimanfaatkan dengan baik.

Berdasarkan pernyataan diatas maka dapat disimpulkan wawasan wirausaha merupakan konsep pemahaman seorang wirausaha terhadap faktor yang berkaitan dengan kewirausahaan yang didapat dari aktivitas dan pendidikan

wirausahawan sehingga dapat berfikir creative dan inovatif untuk dapat menjalankan usahanya atau menemukan peluang usaha baru.

kewirausahaan adalah suatu kemampuan dalam berpikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumberdaya, tenaga penggerak, tujuan siasat, kiat dan proses dalam menghadapi tantangan (Alwys., 2015). Pengetahuan mengenai kewirausahaan pada umumnya didapatkan melalui pendidikan kewirausahaan atau entrepreneurship di bangku Pendidikan. Kondisi tersebut seharusnya memunculkan peluang bagi para pelaku usaha untuk terus mengembangkan kemampuan mereka dalam mengelola perusahaan dengan menambah ilmu dan pengetahuan tentang wirausaha dalam hal ini dapat dikatakan pelaku usaha harus selalu kreatif dalam menjalankan usaha mereka (Wibowo, 2015).

2.1.1.2 Ilmu Kewirausahaan

Menurut Elysa Yuniar (2015) dalam (Dewi, 2017) Ada berbagai pendapat tentang kewirausahaan pada awalnya dikenalkan kepada masyarakat dan dunia pendidikan, antara lain:

1. Kewirausahaan adalah ilmu pengetahuan (Knowledge)

Kewirausahaan adalah pengetahuan yang dikumpulkan, diteliti, dan dirangkai sebagai sumber informasi bermanfaat bagi orang lain.

2. Kewirausahaan adalah suatu bentuk kepribadian atau sikap

Kewirausahaan dianggap sebagai sikap atau kepribadian karena merupakan sikap yang positif, rajin, dan pantang menyerah.

3. Kewirausahaan adalah sebuah filosofi

Karena hidup adalah pilihan, kewirausahaan dapat dianggap sebagai landasan hidup atau filosofi hidup untuk mencapai kesuksesan profesional.

4. Kewirausahaan adalah skill atau keterampilan

Kewirausahaan adalah gabungan dari dua ide pengetahuan dan pengalaman yang dipelajari untuk menjadi terampil dan kemudian menjadi keahlian dalam menjalankan sebuah bisnis.

5. Kewirausahaan adalah seni (art)

Kewirausahaan membutuhkan kekuatan seni dan elemen kreatif untuk menemukan ide, inspirasi, dan peluang bisnis. Menemukan ide brilian membutuhkan imajinasi, visualisasi, dan pemikiran yang bertentangan dengan logika.

6. Kewirausahaan adalah sebuah profesi

Selain itu, menjadi wirausaha adalah pilihan hidup yang dilakukan secara profesional, yang berarti Anda harus jujur, terbuka, komitmen, konsisten, tepat janji, tanggung jawab, dan mengetahui hak dan etika profesi.

7. Kewirausahaan adalah naluri

Seorang wirausaha membutuhkan naluri yang kuat untuk menemukan peluang dan ide bisnis yang dapat menghasilkan kesuksesan.

8. Kewirausahaan adalah pilihan hidup

Tujuan hidup seseorang dalam memenuhi kebutuhan keluarganya

bisa dengan menjadi karyawan atau pengusaha. Oleh karena itu, tidaklah keliru jika seseorang memilih wirausaha sebagai jalan hidupnya, dan banyak orang yang setelah pensiun memutuskan untuk berwirausaha.

2.1.1.3 Indikator Wawasan Wirausaha

Tabel 2. 1
Indikator - Indikator Wawasan Wirausaha Menurut Para Ahli

No	Nama / Tahun	Indikator
1	(Indriyani dan Subowo (2019)	1. Pengetahuan mengenai usaha yang akan dimasuki 2. Pengetahuan lingkungan usaha yang ada 3. Pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab 4. Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi
2	Maharani et al (2020)	1. Pengetahuan peran dan tanggung jawab 2. Pengetahuan peluang usaha 3. Pengetahuan solusi masalah 4. kreatif
3	Taheri et al (2023)	1. Pengetahuan mengenai usaha yang akan dimasuki 2. Pengetahuan lingkungan usaha yang ada 3. Pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab 4. Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi

sumber : data diolah peneliti

Berdasarkan indikator-indikator diatas menurut para ahli maka penulis menurut (Maharani et al., 2020) untuk mengukur wawasan wirausaha dapat digunakan indikator sebagai berikut:

1. Pengetahuan tentang Peran dan Tanggung Jawab Hal ini berkaitan dengan pemahaman seorang wirausahawan mengenai pentingnya suatu posisi jabatan dan tugas-tugas yang termasuk dalam lingkup tanggung jawab dalam berwirausaha.
2. Pengetahuan tentang Peluang Usaha Seorang wirausahawan perlu memiliki pengetahuan yang memadai untuk dapat mengarahkan dirinya dalam mendapatkan peluang usaha. Wirausaha yang baik harus pandai dalam membaca dan menangkap peluang, serta mencari dan

mengidentifikasi sumber dari peluang usaha tersebut.

3. Pengetahuan tentang Solusi Masalah Seseorang harus memiliki keterampilan dalam memecahkan masalah yang ada. Keterampilan ini mencakup identifikasi, pencarian, pemilihan, evaluasi, pengorganisasian, dan pertimbangan berbagai alternatif, serta interpretasi masalah dari berbagai perspektif. Selain itu, mereka harus mampu mencari solusi dari sudut pandang yang beragam terhadap masalah yang kompleks.
4. Kreatif Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan atau menciptakan ide dan cara baru yang berbeda dari sebelumnya. Kreativitas mencakup kemampuan seseorang untuk menciptakan hal baru, baik berupa gagasan, karya nyata, dalam bentuk aptitude atau non-aptitude, atau kombinasi dari hal yang telah ada atau relatif berbeda dari yang sudah ada sebelumnya.

2.1.2 Inovasi Produk

2.1.2.1 Pengertian Inovasi Produk

Inovasi produk adalah sebuah inspirasi baru yang menarik sehingga dapat dikembangkan. Inovasi digunakan secara sengaja di buat untuk tujuan pengembangan dan strategi yang menarik. Agar mampu bersaing dengan perusahaan lain, inovasi harus terus dilakukan dan dikembangkan (Ramadhani et al., 2022).

Menurut (Abdjul et al., 2018) Inovasi produk yaitu salah satu cara untuk memberikan poin tambahan yang merupakan salah satu komponen kunci

keberhasilan operasional bisnis, yang dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan sehingga membutuhkan produk yang berkualitas.

Inovasi produk adalah suatu perubahan pada sekumpulan informasi yang berhubungan dengan upaya meningkatkan atau memperbaiki sumber daya yang ada, yaitu dengan cara memodifikasi produk tersebut untuk menjadikan sesuatu yang lebih bernilai, menciptakan hal baru dan juga berbeda, yaitu dengan merubah suatu bahan menjadi sumber daya dan menggabungkan sumber daya tersebut menjadi suatu inovasi baru atau spesifikasi produk yang lebih produktif, baik secara langsung maupun tidak langsung yang dipengaruhi oleh kepastian untung maupun rugi atau proses waktu melaksanakannya, dalam rangka meraih keunggulan yang kompetitif (Hasna, 2021).

Melalui uraian teori tersebut, penulis bisa menarik kesimpulan jika inovasi produk merupakan sebuah cara yang dapat ditempuh oleh perusahaan berupa penciptaan pemikiran baru sehingga perusahaan dapat bersaing dan memiliki keunggulan kompetitif.

2.1.2.2 Sumber – Sumber Inovasi Produk

Terdapat delapan sumber peluang inovasi yaitu (Nurjanah & Isa, 2021) :

1. Penelitian dan Pengembangan

Perusahaan yang maju atau besar biasanya mempunyai satu divisi untuk melakukan penelitian dan pengembangan ini merupakan suatu inovasi yang sistematis dengan menggunakan metode – metode ilmiah. Perusahaan berprinsip harus melakukan inovasi untuk kelangsungan hidup perusahaannya.

2. Keberhasilan atau Kegagalan

Keberhasilan atau kegagalan dapat menjadi sumber ide bagi suatu inovasi. Keberhasilan inovasi produk atau proses memberikan sesuatu yang unik atau khas pada suatu produk, yang mungkin sebelumnya tidak pernah dilakukan oleh perusahaan, tentu dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha (Handayani. T 2017). keberhasilan pengeluaran suatu produk merupakan ide untuk melakukan inovasi bagi produk lainnya, produk inovasi tersebut dapat sama tetapi dengan spesifikasi yang berbeda.

3. Penolakan Pelanggan

Penolakan sebuah produk atau jasa dapat menjadi alasan dan menjadi sumber inovasi untuk mengembangkan produk atau jasa yang lebih baru.

4. Kebutuhan, Keinginan, dan Daya Beli Masyarakat

Inovasi dapat muncul dengan melihat atau menganalisa kebutuhan, keinginan, dan daya beli masyarakat. namun keinginan dari individu masyarakat bisa berbeda beda sesuai dengan selera dan ekonomi mereka.

5. Persaingan

Persaingan dapat menjadi sumber inovasi yang besar dalam mengeluarkan produk – produk baru. persaingan membuat perusahaan terus terdorong untuk melakukan inovasi.

6. Perubahan Demografi

Perubahan demografi dapat menjadi sumber inovasi untuk menyesuaikan produk – produk yang ada atau membuat produksi yang sama sekali baru. Perubahan demografi meliputi usia, jenis kelamin, jumlah keluarga, siklus kehidupan keluarga, pendapatan, kedudukan, pendidikan, agama, ras, dan kebangsaan.

7. Perubahan Selera

Konsumen mudah tertarik dengan sesuatu yang baru atau berbeda. Konsumen mempunyai keinginan untuk tampil beda dengan yang lainnya sesuai dengan selera masing masing – masing. Perubahan harus pandai melihat selera para konsumen dan perubahannya untuk segera melakukan inovasi bagi produknya.

8. Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Baru

Keluarnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang baru dapat menjadi sumber inovasi untuk dapat memudahkan produksi suatu barang atau jasa.

2.1.2.3 Indikator Inovasi Produk

Tabel 2. 2
Indikator - Indikator Inovasi Produk Menurut Para Ahli

No	Nama / Tahun	Indikator
1	(Restiani Widjaja, 2023)	1. Perluasan Produk 2. Peniruan Produk/Imitasi 3. Produk Baru
2	(B. D Prasetyo, 2020)	1. Fitur Produk 2. Desain Produk 3. Kualitas Produk
3	(Septiani, 2023)	2 Kultur inovasi 3 Inovasi teknis 4 Inovasi produk

sumber : data diolah peneliti

Berdasarkan indikator – indikator diatas menurut para ahli maka penulis menggunakan indikator Inovasi dari Restiani Widjaja (2023) dalam penelitian ini. Menurut (Almira & Sutanto, dalam Restiani Widjaja,2023) ada beberapa indikator inovasi produk yaitu:

1. Perluasan Produk merupakan produk yang masih familiar bagi organisasi bisnis tetapi bagi pasar.
2. Peniruan Produk/Imitasi merupakan produk yang dianggap baru oleh bisnis tetapi familiar dengan pasar.
3. Produk Baru adalah produk baru yang dianggap baru baik oleh bisnis maupun oleh perusahaan.

2.1.3 Keunggulan Bersaing

2.1.3.1 Pengertian Keunggulan Bersaing

Menurut OktaVinus (2019) di dalam Renita, Helia (2021) Keunggulan bersaing adalah kemampuan salah satu perusahaan untuk membuat sebuah nilai yang unggul dengan memanfaatkan berbagai macam atau bentuk sumber daya yang dimiliki. Ahli lain berpendapat bahwa Keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai yang unggul dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimilikinya. (Nurjanah & Isa, 2021).

Sedangkan menurut Porter dalam Mega Usvita (2016) menyatakan bahwa bersaing hanya dapat diraih melalui upaya curah gagasan tentang desain dan strategi yang terus menerus untuk dapat mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus. Dengan begitu, perusahaan dapat mendominasi pasar lama dan baru.

Menurut Bharadwaj (Victor, 2018 dalam Lorenca, 2020), keunggulan bersaing dapat timbul dari berbagai kegiatan perusahaan, mulai dari desain, produksi, pemasaran, distribusi, hingga dukungan produk, yang bertujuan untuk menciptakan kinerja perusahaan yang efisien secara biaya dan memiliki perbedaan yang membedakan produknya dari yang lain (Kresna & Purnama, 2023).

Menurut Heri Setiawan (dalam Lorenca, 2020), keunggulan bersaing diinterpretasikan sebagai strategi manfaat dari kerjasama perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif di pasar. Menurut Santy dan Ihsan (2020) mengungkapkan bahwa keunggulan bersaing merupakan hasil dari penerapan strategi yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan Santy dan Ihsan (2020) mengungkapkan bahwa keunggulan bersaing merupakan hasil dari penerapan strategi yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan (Lorenca, 2020).

Dari beberapa pengertian dan penjelasan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa sebuah keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi yang digunakan dan dilakukan perusahaan dalam memunculkan keunggulan bersaing yang cukup efektif pada pasarnya. Strategi bersaing juga harus ditingkatkan secara terus menerus sehingga perusahaan dapat mendominasi pasar lama dan pasar baru.

Menurut Lenggogeni (2016) faktor dan kekuatan yang menentukan baik lingkungan organisasi ataupun personal sangat beraneka yang berperan dalam menentukan keunggulan suatu perusahaan. Hal tersebut yang saling berinteraksi dan mendorong perusahaan untuk melakukan terobosan inovatif. Baik dari sisi struktur organisasi, proses, budaya perusahaan dan teknologi dan sumber daya

manusia.

2.1.3.2 Faktor – Faktor Keunggulan Bersaing

Terdapat 3 faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing yaitu Menurut Gilang Prasydjati (2014:12) dalam (Ali et al., 2022) ada tiga faktor yang dibutuhkan untuk menciptakan suatu keunggulan bersaing yang dapat di pertahankan, yaitu :

1. Dasar persaingan (Basic of competition) Strategi harus didasarkan pada seperangkat aset, skill, dan kemampuan. Ketiga hal tersebut akan mendukung strategi yang sedang dijalankan sehingga turut mempertahankan keunggulan.
2. Di pasar mana perusahaan bersaing (where you compete) Penting bagi perusahaan untuk memilih pasar sasaran yang sesuai dengan strategi yang dijalankan, sehingga aset, skill dan kemampuan dapat mendukung strategi dalam memberikan sesuatu yang bernilai bagi pasar.
3. Dengan siapa perusahaan bersaing (who you compete against) Perusahaan juga harus mampu mengidentifikasi pesaingnya, apakah pesaing tersebut lemah, sedang atau kuat.

2.1.3.3 Indikator keunggulan Bersaing

Tabel 2. 3
Indikator - Indikator Keunggulan Bersaing Menurut Para Ahli

No	Penulis/Tahun	Indikator
1	Ida Hidayanti (2022)	1. Keunikan produk 2. Harga bersaing 3. Tidak mudah dijumpai 4. Tidak mudak ditiru
2	Santy et al (2019)	1. Keunikan produk 2. Kualitas produk 3. Harga bersaing
3	Danang Sunyoto (2015)	1. Harga(Price) 2. Kualitas (quality) 3. Pengiriman (delivery), 4. Inovasi (inovation), 5. Time to market

sumber : data diolah peneliti

Berdasarkan indikator – indikator diatas menurut para ahli maka penulis menggunakan indikator Keunggulan Bersaing dari Santy et al,(2019) dalam penelilitian ini. Pengukuran Keunggulan Bersaing dapat menggunakan indikator yang digunakan dalam penelitian (Santy et al, 2019) yaitu :

1. Keunikan produk adalah keunikan perusahaan sehingga membedakannya dari produk pesaing atau produk yang biasa dijual di pasar.
2. Kuaslitas produk adalah produk berkualitas tinggi yang dibuat oleh perusahaan.
3. Harga bersaing adalah kemampuan bisnis untuk menghasilkan barang dan jasa dengan harga yang mampu bersaing di pasaran.

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu

Daftar penelitian terdahulu dan teori yang sudah dijabarkan atau dikemukakan sehingga dapat membedakan ke orisinilan penelitian ini :

Tabel 2. 4
Penelitian terdahulu

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Udriyah, jacquiline Tham And S. M. Ferdous Azam	<i>The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile SMEs</i>	<i>The result of this study is that market orientation and innovation have a partial positive and significant effect on competitive advantage</i>	Terdapat Inovasi yang berhubungan dengan keunggulan bersaing	Terdapat orientasi pasar pada independen
2	Anyanitha Distanont, Orapan Khongmalai	<i>The role of innovation in creating a competitive advantage</i>	<i>The result of this research is to study innovation factors that lead to the creation of excellence</i>	Inovasi di jadikan salah satu independen dan keunggulan kompetitif dijadikan dependen	Hanya menggunakan dua
3	Jesica Enita BR Sinulingga	<i>Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Digital Prnting Di padang Bulan Medan</i>	<i>Hasil pada penelitian ini menjelaskan bahwa pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing</i>	Terdapat kewirausahaan pada independent dan keunggulan bersaing pada dependen	Terdapat orientasi pasar pada independen
4	Minhatis Sa'adah	<i>Pengaruh Orientasi Kewirausahawan, Inovasi dan Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing(Studi kasuskafe di pantai sigandu batang)</i>	<i>Hasil penelitian ini menunjukan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing</i>	Inovasi di jadikan salah satu independen dan keunggulan bersaing dijadikan dependen	Terdapat kinerja pemasaran dijadikan independen

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
5	Naufal Rusydy Nurfauzi	<i>Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing UMKM Makanan dan Minuman di Sempur Barat</i>	<i>Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Inovasi Produk dan Keunggulan bersaing</i>	Inovasi produk dijadikan dependen	Terdapat orientasi kewirausahaan pada independen
6	Tri Lestira Putri Warganegara, Karliony Ardila	<i>Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner di Kota Bandar Lampung</i>	<i>penelitian menunjukkan bahwa pengaruh positif yang signifikan terhadap peningkatan keunggulan bersaing</i>	Inovasi produk dijadikan dependen	Terdapat kinerja pemasaran pada independent
7	A Biraglia, V Kadile	<i>The Role Entrepreneurial passion and Creativity in Developing Entrepreneurial intentions Insight from America Homebrewers</i>	<i>The results of this study show that entrepreneurship has a strong positive relationship with entrepreneurial intentions</i>	Wawasan kewirausahaan dijadikan salah satu independen	Terdapat peran semangat kreativitas wirausaha pada independent
8	Ernawati, Rahayu Mardikaningsih, Didit Darmawan, Ella Anatasya Sinambela	<i>Pengembangan Keunggulan Kompetitif UMKM Melalui Strategi Orientasi Pasar dan Inovasi Produk</i>	<i>Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa orientasi pasar dan inovasi produk memiliki peran yang nyata dalam membentuk keunggulan bersaing</i>	keunggulan bersaing dijadikan independen dan inovasi produk dependen	Terdapat keunggulan kompetitif pada dependen

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
9	Beni Setiawan	<i>Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Perusahaan Industri Makanan Ringan Mekar Jaya Bandung</i>	<i>Hasil penelitian inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing</i>	Inovasi dijadikan independen dan keunggulan bersaing dijadikan dependen	Terdapat pengaruh orientasi pasar pada dependen
10	Allya Hanari Dikallah	<i>Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Produksi Kaos Muararajeun Bandung (Kampung Wisata Sablon)</i>	<i>hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa pada yang berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif dan pengalaman bersaing yang cukup baik</i>	Terdapat keunggulan bersaing pada dependen	Terdapat pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan pada dependen

2.2 Kerangka Pemikiran

Pada saat ini Indonesia mengalami kemajuan pertumbuhan sebuah perekonomian yang dimana salah satu pengaruhnya yaitu adanya sebuah kontribusi dari bidang fashion. Pertumbuhan ini campur tangan dari hasil kota-kota besar di Indonesia salah satunya Kota Bandung yang diakui sebagai *emerging creative city*. Salah satu kawasannya yaitu Trunojoyo dan Sultan Agung menjadi daerah yang dikenal dengan kawasan fashion atau distro brand lokal maka dari itu di zaman modern seperti ini seorang pengusaha itu harus mempunyai wawasan yang baik dalam menjalankan dan mengelola usaha yang dijalannya atau usaha yang akan dibangun. Wawasan yang baik memungkinkan seorang pengusaha untuk dapat menganalisa dan mengidentifikasi peluang bisnis,

membuat strategi bisnis yang baik, dan dapat membuat keputusan yang tepat dalam menghadapi tantangan atau masalah yang akan dihadapinya sekaligus dapat memprediksi resiko dan hambatan yang akan terjadi. Wawasan Wirausaha dapat diukur dari pengetahuan peran dan tanggung jawab wirausaha, pengetahuan dalam menangkap peluang usaha, pengetahuan dalam mencari solusi dalam memecahkan masalah, dan kreativitas seorang wirausaha. Sehingga semakin tinggi Wawasan Wirausaha seorang pengusaha dapat menciptakan Keunggulan Bersaing yang baik. Namun Trunojoyo dan Sultan Agung para pengusaha masih kurang pemahaman dalam mengidentifikasi masalah sehingga kurang tepat dalam menentukan solusi hal ini dikarenakan masih kurangnya Wawasan Wirausaha terkait pengetahuan solusi masalah sehingga Wawasan Wirausaha pada pelaku usaha di Trunojoyo dan Sultan Agung masih harus diperhatikan.

Selain itu Inovasi Produk juga menjadi hal yang penting bagi seorang wirausaha, karena seorang wirausaha harus mampu mengubah peluang menjadi ide untuk dapat terus bersaing. Inovasi Produk dapat diukur dengan bagaimana seorang wirausaha dalam mengenalkan produk baru mereka apakah produk yang dikeluarkan dianggap hal baru oleh konsumen nya, kemudian bagaimana seorang wirausaha memodifikasi produk mereka, kemampuan seorang wirausaha dalam mengembangkan produk agar produk nya menjadi lebih baik lagi, dan usaha yang dilakukan pengusaha dalam memperluas lini usaha. Untuk produk mereka itu diperlukannya Wawasan Wirausaha atau saling keterkaitannya wawasan dengan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing maka dari masih adanya kendala yang dimana salah satunya terdapat pada Distro di Trunojoyo dan Sultan Agung

Bandung pelaku usaha masih kekurangan ide dan Inovasi Produk untuk dapat membuat produk baru. Hal ini dikarenakan masih kurangnya usaha dan kurangnya kompetitif para pelaku usaha yang dilakukan para pengusaha untuk menambah produk baru sehingga Inovasi Produk pada pelaku usaha pada distro di Trunojoyo dan Sultan Agung Bandung masih harus diperhatikan yang para pengusaha kesulitan menemukan mitra yang tepat untuk kolaborasi, Disebabkan karena merek distro dengan brand lokal belum memiliki banyak pengalaman berkolaborasi, belum mengetahui cara menemukan mitra yang tepat, sulit menemukan mitra yang memiliki visi yang sama.

Oleh karena itu dengan inovasi produk seorang pengusaha dapat mengembangkan dan menciptakan produk, proses, Dimulai dengan proyek kolaborasi yang kecil dapat membantu membangun kepercayaan dan pengalaman sebelum melakukan proyek yang lebih besar dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik. Sehingga dapat meningkatkan usaha menjadi lebih baik karna otomatis Keunggulan Usaha juga menjadi baik atau bagus yang dimana Keunggulan Bersaing diukur dari produk jarang dijumpai di perusahaan lain, memiliki keunikan, tidak mudah ditiru dan diganti, serta harga yang bersaing. Namun pelaku usaha Distro di kawasan Trunojoyo dan sultan Agung Bandung belum merasakan kenaikan penjualan dan keuntungan karena kondisi ekonomi yang tidak menentu. Saat ini membuat pengusaha sulit beradaptasi sehingga Keunggulan Bersaing pelaku usaha Distro di Trunojoyo dan Sultan Agung masih harus diperhatikan karena salah satu pesaing atau hambatan nya tersendiri yaitu

para pelaku usaha online yang dimana mereka juga secara tidak langsung merusak harga pasar yang dimana mereka mengejar jumlah bukan mengejar kualitas.

Wawasan wirausaha dan Inovasi Produk dapat saling berinteraksi karena suatu Inovasi Produk dapat terwujud karena kemampuan dan wawasan seorang pengusaha dalam melihat peluang bisnis berpengaruh besar terhadap usaha yang mereka jalani yang dimana pada dasarnya ini menjadi hal yang berkesinambungan antara Wawasan Wirausaha dan Inovasi Produk. Selain itu Wawasan Wirausaha dan Inovasi Produk dapat mempengaruhi Keunggulan Bersaing karena dengan wawasan yang tinggi seorang wirausaha dapat memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga memicu seorang pengusaha untuk menemukan peluang untuk dapat mengembangkan dan menciptakan produk atau layanan yang lebih inovatif sehingga Keunggulan Bersaing akan meningkat dan menjadi lebih baik.

Seperti fenomena yang ada pada distro di kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung Bandung yang dimana para pengusaha masih belum paham dalam mengidentifikasi masalah, kurang nya wawasan atau rendahnya pengetahuan dalam mencari sebuah solusi dalam menghadapi masalah dapat menghambat Keunggulan Bersaing pada distro di Trunojoyo dan Sultan Agung selain itu kurangnya ide dan juga keterampilan dalam berinovasi membuat peungusaha sulit untuk dapat menciptakan produk baru dan bersaing dengan pengusaha lainnya. Sehingga fenomena tersebut berdampak pada Keunggulan Bersaing dengan sulitnya pengusaha untuk dapat menaikkan penjualan dan keuntungan usaha nya. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengambil judul “ Pengaruh Wawasan

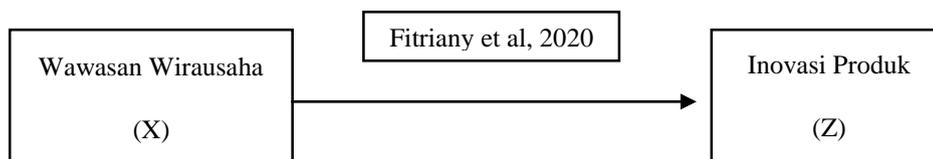
Wirausaha Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk Pada Distro Di Kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung Bandung”.

2.2.1 Pengaruh Wawasan Wirausaha Terhadap Inovasi Produk

Berdasarkan penelitian Fitriany (2020), terdapat signifikan antara wawasan kewirausahaan terhadap inovasi produk pada distro yang bermitra dengan marketplace. Wawasan kewirausahaan dianggap sebagai faktor penentu yang membedakan antara satu pengusaha dengan yang lainnya. Hal ini juga menjadi faktor penting dalam menentukan arah inovasi produk dan bisnis baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek (Fitriani & Noor Andriana, 2024).

Penelitian lain oleh Julyanthry et al. (2021) juga mengkonfirmasi temuan serupa, bahwa wawasan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi di seluruh UMKM di Kota - kota. Dari hasil-hasil ini, dapat disimpulkan bahwa peran wawasan kewirausahaan dalam pola pikir pelaku usaha memiliki kontribusi yang signifikan terhadap kreativitas melalui inovasi produk mereka. Namun, sebaliknya, ketiadaan wawasan kewirausahaan dapat berdampak negatif. Porter (2014) mengungkapkan bahwa kurangnya wawasan kewirausahaan dapat menyebabkan stagnasi, penurunan loyalitas pelanggan, dan bahkan kebangkrutan perusahaan. Perusahaan yang mengabaikan wawasan kewirausahaan cenderung tertinggal dalam industri, kehilangan peluang pasar, dan menjadi tidak kompetitif. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk mengembangkan dan mempertahankan wawasan kewirausahaan agar dapat bertahan dan berkembang di pasar yang kompetitif.

Maka dalam penelitian ini peneliti menduga bahwa terdapat signifikan antara wawasan kewirausahaan terhadap inovasi produk seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 2. 1
Pengaruh Wawasan Wirausaha Terhadap Inovasi Produk

2.2.2 Pengaruh Wawasan Wirausaha terhadap Keunggulan Bersaing

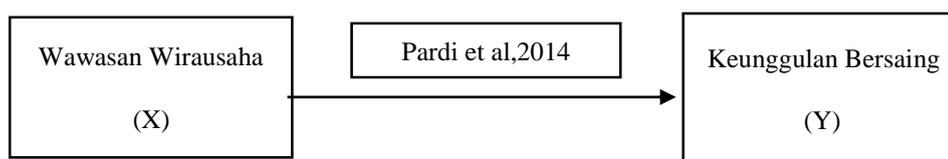
Wawasan kewirausahaan, dikenal sebagai triadic connect, memiliki hubungan yang signifikan dengan keunggulan bersaing dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Menurut Ndubisi (2014), keterkaitan yang dimiliki oleh wawasan kewirausahaan dapat mendukung dan mendorong munculnya new entry dalam organisasi tersebut (Hasdiana, 2021).

Temuan serupa juga diungkapkan oleh Pardi et al. (2014), yang menemukan bahwa wawasan wirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing. Tingginya perilaku orientasi kewirausahaan akan mendorong pemilik atau manajer UMKM untuk terus melakukan pembelajaran agar dapat mencapai keunggulan kompetitif (Jihan et al., 2021).

Studi yang dilakukan oleh Metekohy (2013) pada usaha kecil dan mikro menunjukkan bahwa wawasan kewirausahaan dapat meningkatkan resourced based, yang terdiri dari sumber daya dan kapabilitas, melalui sikap inovatif dan pengambilan risiko. Hal ini dapat meningkatkan daya saing usaha kecil dan mikro dalam hal keunggulan diferensiasi, keunggulan biaya, dan keunggulan fokus.

Pengaruh wawasan terhadap keunggulan bersaing juga penting. Michael Porter (2013) menekankan bahwa memiliki kemampuan atau keinginan yang berlebih terhadap kinerja atau etos kerja dapat memberikan keunggulan bersaing bagi perusahaan, terutama di pasar atau industri yang sudah mapan. Ini menunjukkan bahwa wawasan yang mendalam terhadap pasar dan industri adalah kunci untuk mencapai keunggulan bersaing (Hasdiana, 2021).

Maka dalam penelitian ini peneliti menduga bahwa terdapat signifikan antara wawasan kewirausahaan terhadap keunggulan Bersaing seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 2. 2
Pengaruh Wawasan Wirausaha terhadap Keunggulan Bersaing

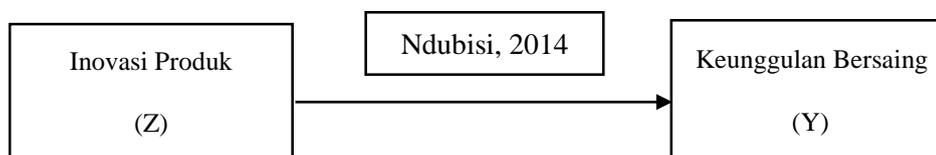
2.2.3 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Sebuah inovasi sangat dibutuhkan dalam meningkatkan keunggulan bersaing untuk mencapai keunggulan terhadap kompetitornya. Inovasi produk sangat membantu terhadap keunggulan bersaing, hal ini dijelaskan bahwa dalam memasarkan sebuah produk barang atau jasa harus dapat memahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen (Lestari et all, 2020).

Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Droge dan Vickrey dalam Lestari et all (2020) yang mengemukakan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Artinya perusahaan yang mampu mendesain produknya sesuai dengan keinginan pelanggan akan mampu bertahan ditengah persaingan karena produknya yang tetap diminati oleh konsumennya.

menurut (Hubies dalam Lestari et all 2020) menjelaskan bahwa inovasi produk merupakan suatu perubahan yang terkait dengan upaya meningkatkan atau memperbaiki sumber daya yang ada, memodifikasi untuk menjadikannya sesuatu yang bernilai menciptakan hal-hal baru yang berbeda, mengubah suatu bahan menjadi sumber daya dan menggabungkan setiap sumber daya menjadi suatu hal baru yang lebih produktif baik langsung ataupun tidak langsung dalam upaya meraih keunggulan bersaing.

Dari beberapa devinisi diatas dapat disimpulkan bahwa inovasi produk memiliki keterkaitan terhadap keunggulan bersaing karena pelaku usaha harus bisa meningkatkan inovasi produk agar pelaku usaha mempunyai keunggulan bersaing dengan pelaku usaha yang sejenisnya.



Gambar 2. 3
Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

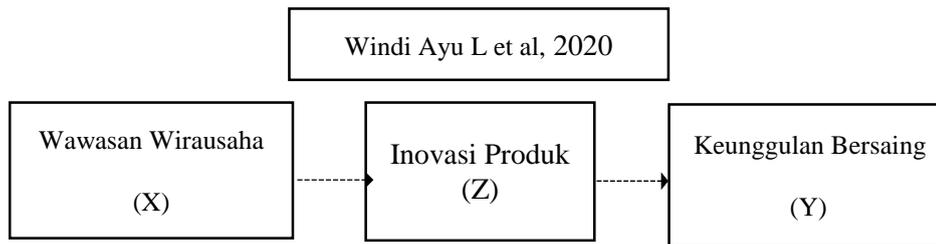
2.2.4 Pengaruh Wawasan Wirausaha Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk

Lingkungan bisnis yang semakin kompetitif dan dinamis menuntut setiap organisasi atau perusahaan untuk berusaha meningkatkan keunggulan bersaingnya. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing suatu organisasi atau perusahaan adalah wawasan kewirausahaan (entrepreneurial orientation) yang dimiliki oleh pimpinan atau manajer perusahaan tersebut. Wawasan kewirausahaan yang luas akan mendorong pimpinan atau manajer perusahaan untuk lebih inovatif dalam menciptakan produk-produk baru yang

dapat memberikan nilai tambah bagi konsumen sehingga akan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nurul Nadia Abd Aziz et,al (2016) mengatakan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh besar terhadap produk yang dimiliki perusahaan, sehingga membuat perusahaan dapat mencapai keunggulan bersaing. Karena inovasi produk memiliki dampak positif terhadap keunggulan bersaing. Inovasi produk yang dilakukan perusahaan menuju kearah yang lebih baik, Inovasi produk menjadi aspek terpenting perusahaan dalam mencapai keunggulan bersaing. Karena inovasi produk dibutuhkan perusahaan untuk menghasilkan atau menciptakan produk yang menarik untuk konsumen. Karena inovasi produk menjadi faktor terpenting, sehingga produk memiliki dampak positif terhadap keunggulan bersaing. Sehingga kualitas perusahaan harus dipertahankan agar menghasilkan produk – produk bermutu, karena sebagian besar konsumen akan memilih produk yang lebih berkualitas (Baihaqi & Huda, 2023).

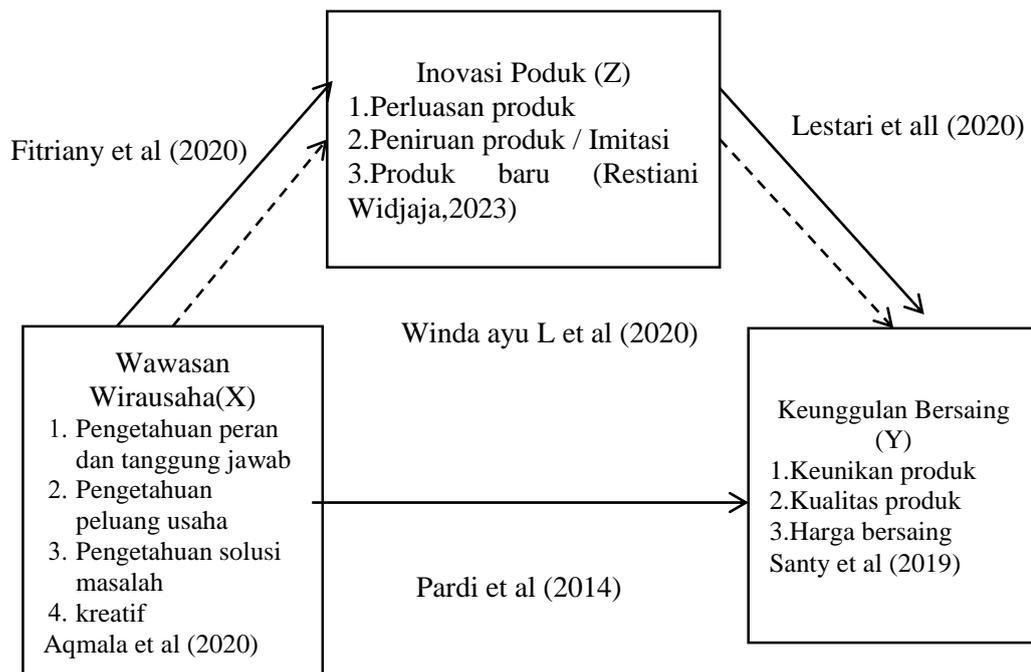
Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa inovasi produk memiliki dampak signifikan terhadap keunggulan bersaing Winda Ayu L et,al (2020). Pada akhirnya keunggulan bersaing dapat menentukan posisi perusahaan dalam suatu industri, perusahaan dapat melindungi atas tekanan yang terjadi dalam persaingan ataupun dapat mempengaruhi dalam persaingan. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat ditarik hipotesis sebagai berikut.



Gambar 2. 4
Pengaruh Wawasan Wirausaha Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk

2.3 Pradigma Penelitian

Untuk dapat lebih memudahkan pemahaman tentang kerangka pemikiran penelitian ini, maka dapat dilihat dalam gambar 2.5 paradigma penelitian sebagai berikut:



Gambar 2. 5
Paradigma Penelitian

Sumber : Diolah Peneliti (2024)

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah penyajian hubungan yang formal yang diharapkan bisa menghubungkan antara variable independen dan dependen. Dari pemaparan yang sudah dijelaskan berdasarkan teori dan penelitian terdahulu ditemukan hipotesa sebagai berikut ini:

H1: Diduga Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing

H2: Diduga Wawasan Wirausaha berpengaruh terhadap Inovasi Produk

H3: Diduga Wawasan Wirausaha berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing

H4: Diduga Wawasan Wirausaha berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk.