

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Orientasi Kewirausahaan

2.1.1.1 Definisi Orientasi Kewirausahaan

Menurut **Elvina (2020:48)** Orientasi kewirausahaan merupakan cerminan dari sifat pengusaha yang melekat atau watak dan ciri-ciri yang ada pada diri pengusaha yang berkemauan keras untuk mewujudkan ide gagasan, juga pemikiran yang dimilikinya.

Pendapat lainnya di kemukakan oleh **Mardiyono dalam Elvina (2020:48)** “Setiap pelaku usaha ataupun bisnis tentu saja dituntut untuk memiliki pemahaman dan mengerti dengan kondisi ataupun keadaan di pasar, juga memahami apa saja keinginan pelanggannya, dan perubahan di lingkungan bisnisnya, hal ini untuk mendorong daya saing perusahaan.” Menurut **Lumpkin dalam Pratami W (2019:53)** “Orientasi wirausaha mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong input baru dan memiliki tiga aspek kewirausahaan: selalu inovatif, bertindak proaktif, dan mengambil risiko”.

Dan menurut **Sumiati (2015:48)** Seorang pengusaha yang memiliki orientasi wirausaha pada saat membangun suatu strategi untuk mengembangkan usaha yang dimilikinya akan lebih mengedepankan kepuasan pelanggan, dan juga akan selalu memantau apakah produk telah sesuai atau melebihi harapan pelanggannya. Sebuah usaha apabila memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat, akan lebih berani dalam mengambil resiko, serta tidak hanya bertahan pada strategi

yang sama di masa lalu. Pada lingkungan yang dinamis seperti saat ini, orientasi kewirausahaan sangat jelas menjadi hal yang sangat penting bagi keberlangsungan sebuah usaha. Oleh karena itu perusahaan yang ingin meningkatkan keberhasilan, dan ingin meningkatkan keunggulan bersaing suatu usaha harus berorientasi kewirausahaan.

Pendapat lainnya di kemukakan oleh **Eddy Soeryanto dalam Trustorini & Yusuf (2017:36)** Wirausaha adalah orang yang berjiwa kreatif dan inovatif yang mampu mendirikan, membangun, mengembangkan, memajukan, dan menjadikan perusahaanya unggul.

Penulis dapat mengambil kesimpulan, bahwa orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan dalam berwirausaha dalam mengelola sumber daya yang dimiliki agar dapat menghasilkan keberhasilan pada setiap usaha, orientasi kewirausahaan merupakan sifat yang melekat pada diri seorang pelaku usaha yang tercermin dari adanya sifat berkemauan keras, berani mengambil resiko, memiliki kegresifan dalam bersaing, dan memiliki kreativitas.

2.1.1.2 Nilai – Nilai Kewirausahaan

Nilai-nilai kewirausahaan merupakan prasyarat yang berhubungan dengan perilaku kewirausahaan, menurut **Boohene et al dalam Deddy H (2018:60)** Nilai nilai tersebut terdiri atas :

- Kreativitas
- pengambilan risiko
- inovasi
- berorientasi prestasi

- ambisi
- kemerdekaan.

Nilai dalam menjalankan bisnis mengandung unsur pertimbangan yang mengembangkan gagasangagasan seorang pribadi atau sosial, maka lebih dipilih dibanding dengan bentuk perilaku atau bentuk akhir keberadaan perlawanan atau kebaikan. Dan menurut **Robbins dalam Deddy H (2018:60)** Nilai menjadi dasar dalam memahami sikap dan motivasi serta nilai mampu mempengaruhi persepsi perilaku dalam menjalankan bisnis, oleh karena itu nilai sangat penting untuk dipelajari dalam mengelola perilaku organisasi.

2.1.1.3 Indikator Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan mempunyai keterkaitan dengan pencarian peluang, keberanian mengambil resiko juga keputusan bertindak para pemimpin. Orientasi kewirausahaan terbagi dalam lima dimensi, **Cynthia & Hendra (2014:1216)** :

1. Keinovatifan (*innovativeness*)

Keinovatifan adalah kecenderungan untuk terlibat dalam kreativitas dan eksperimen melalui pengenalan produk atau jasa baru serta kepemimpinan teknologi melalui riset dan pengembangan dalam proses-proses baru.

2. Pengambilan resiko (*risk tasking*)

Pengambilan resiko adalah pengambilan tindakan tegas dengan mengeksplorasi hal yang tidak diketahui, meminjam dalam jumlah besar, dan/atau mengalokasi sumber daya yang signifikan untuk usaha di lingkungan yang tidak pasti.

3. Keaktifan (*proactiveness*)

Keaktifan adalah sebuah pencarian peluang, perspektif memandang ke depan yang ditandai dengan pengenalan produk baru atau jasa baru lebih dulu dalam persaingan dan bertindak dalam mengantisipasi permintaan masa mendatang.

4. Keagresifan bersaing (*competitive aggressiveness*)

Keagresifan bersaing adalah intensitas dari upaya-upaya perusahaan untuk mengungguli pesaing dan ditandai oleh sikap atau tanggapan ofensif atau respon agresif terhadap tindakan-tindakan pesaing.

5. Otonomi (*autonomy*)

Otonomi merupakan bekerja secara mandiri, membuat keputusan dan mengambil tindakan yang bertujuan untuk memajukan konsep bisnis dan membayanya pada penyelesaian.

Indikator dalam penelitian ini ialah pengambilan resiko, Keaktifan, Keagresifan bersaing, dan Otonomi disesuaikan dengan tepat penelitian.

2.1.2 Inovasi Produk

2.1.2.1 Definisi Inovasi Produk

Inovasi merupakan langkah yang penting dilakukan sebuah usaha dalam mempertahankan produknya. **Pratami W (2019:54)** menjelaskan bahwa inovasi produk sering dilihat sebagai perubahan atau pengembangan suatu produk atau layanan. Dan kemampuan inovasi adalah salah satu aspek yang terkait dengan memberdayakan sumberdaya bisnis untuk menghasilkan produk baru. Menurut **Adelina dalam Muhajirin (2019:409)** Inovasi Produk pada dasarnya adalah

untuk memenuhi permintaan pasar sehingga Inovasi Produk merupakan salah satu yang digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan. Inovasi merupakan ide-ide baru dalam produk, sehingga menjadikan hasil suatu produk menjadi lebih baik

Pendapat lainnya di kemukakan oleh **Robbins & Mary dalam Muhajirin (2019:409)** Inovasi adalah suatu ide, gagasan, praktek atau objek/benda yang disadari dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau kelompok untuk diadopsi. Inovasi juga dapat diartikan sebagai pemikiran kreatif individu yang dapat menghasilkan ide bagi perusahaan. Inovasi produk menciptakan kualitas dengan berbeda dan dapat diterima konsumen sehingga mampu memberikan kepuasan konsumen.

Dan menurut **Trustrotini Handayani (2018:347)** Untuk mendukung inovasi produk diperlukan Penambahkan fitur/model baru, mengubah persyaratan produksi, mengubah bahan/elemen Produk. Peningkatan Produk baru adalah pengenalan versi baru atau model produk yang telah dikembangkan untuk menggantikan yang lama.

Menurut Pengertian Inovasi Produk para ahli diatas, maka penulis dapat mengambil kesimpulan, bahwa Inovasi Produk merupakan ide ide baru dalam produk yang di hasilkan perusahaan agar hasilnya semakin baik, lalu inovasi produk juga merupakan cara perusahaan untuk memenuhi permintaan pasar, dan untuk bertahan dalam menjalankan usahanya, untuk menumbuhkan daya saing, juga mampu menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan yang terjadi.

2.1.2.2 Karakteristik Inovasi

Menurut **Dewi S et al (2013:55)** Karakteristik inovasi terdiri dari : keuntungan relatif dalam bidang ekonomi, (faktor prestise sosial, kenyamanan dan kepuasan), ketahanan/kekuatan (tingkat dimana inovasi dipersepsikan sebagai sesuatu yang konsisten dengan nilai yang ada, pengalaman-pengalaman masa lalu, dan kebutuhan akan para pengguna yang potensial), kompleksitas (tingkat dimana inovasi dipersepsikan sebagai sesuatu yang sulit untuk dimengerti dan digunakan), daya uji coba (tingkat dimana inovasi dalam batas-batas tertentu dapat diujicobakan), observabilitas (tingkat dimana hasil-hasil inovasi dapat dilihat oleh pihak lain). Peluncuran produk baru tidaklah mudah, sebab pengembangan produk baru memerlukan biaya dan produk tersebut haruslah mempunyai nilai dibanding produk lain yang sejenis.

Oleh karena itu kemampuan berinovasi sangat diperlukan perusahaan. **Sumarwan dalam Dewi S et al (2013:55)** Menambahkan Kemampuan berinovasi merupakan tingkatan dimana individu/unit pengguna mengadopsi ide baru lebih awal daripada anggota sistem lainnya.

2.1.2.3 Faktor – Faktor Inovasi Produk

Faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi produk menurut **Dewi Sondari et al (2013:59)** bisa berasal dari internal maupun eksternal. Faktor internal berarti organisasi dan segala sesuatu didalamnya, antara lain sumber daya manusia, budaya perusahaan, strategi perusahaan, dan struktur organisasi perusahaan. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhinya adalah pertumbuhan pasar, tingkat persaingan, dan faktor lingkungan.

2.1.2.4 Indikator Inovasi Produk

Indikator Inovasi Produk meliputi: (1) Perluasan Produk (2) Peniruan Produk, dan (3) Produk baru. **Cynthia & Hendra (2014:1217)** :

1. Perluasan Produk (*line extensions*)

Perluasan produk merupakan produk yang masih familiar bagi organisasi bisnis tetapi baru bagi pasar.

2. Peniruan Produk (*me-too products*)

Peniruan produk merupakan produk yang dianggap baru oleh bisnis tetapi familiar dengan pasar.

3. Produk Baru (*new-to-the-world products*)

Produk baru merupakan produk yang dianggap baru baik oleh bisnis maupun oleh perusahaan.

2.1.3 Keunggulan Bersaing

2.1.3.1 Definisi Keunggulan Bersaing

Definisi keunggulan bersaing menurut **Styagraha dalam Iva Yustisia (2016:42)** “keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan *value added* (nilai lebih) terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan”

Menurut **Tjiptono dalam Wira Dewi et al (2019:469)** Sejalan dengan meningkatnya persaingan kunci utama dalam memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga sesuai kemampuan konsumen. Dan menurut **Danang dalam Wira Dewi et al (2019:469)** keunggulan bersaing adalah

kemampuan suatu badan usaha (perusahaan) untuk memberikan nilai lebih terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan. Perusahaan memiliki keunggulan bersaing merupakan keuntungan yang diperoleh melalui penerapan strategi bersaing yang bertujuan untuk membangun posisi yang menguntungkan dan berkelanjutan terhadap kekuatan pasar yang menentukan persaingan industri.

Pendapat lainnya dikemukakan oleh **Muhajirin (2019:410)** Dengan memiliki Keunggulan bersaing maka perusahaan akan mampu bertahan untuk melanjutkan hidup perusahaan. Keunggulan bersaing mutlak harus dimiliki oleh perusahaan/produk untuk mencapai kinerja atau sukses produk yang dihasilkan. Dan menurut **Li dalam Muhajirin (2019:410)** menyatakan bahwa keunggulan bersaing dapat diperoleh dari kemampuan perusahaan untuk mengolah dan memanfaatkan sumber daya dan modal yang dimilikinya. Produsen yang mampu menciptakan keunggulan bersaing akan memiliki kekuatan untuk bersaing dalam perusahaan lainnya karena produknya akan diminati oleh pelanggan.

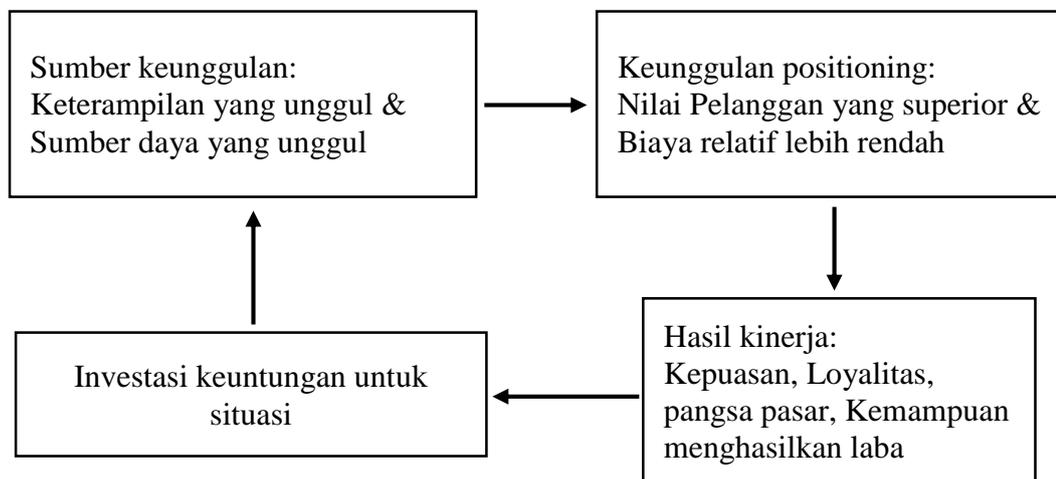
Selanjutnya menurut **Zimmerer dalam Eureka (2015:1200)** keunggulan bersaing adalah sekumpulan dari faktor-faktor yang membedakan bisnis kecil dari para pesaingnya dan memberikannya posisi yang unik juga lebih unggul di dalam pasar dibandingkan dengan pesaingnya. Pemikiran strategik sudah menjadi keharusan bagi pengusaha di era persaingan global dimana terjadi perubahan teknologi dan meningkatnya dinamika pasar.

Penulis dapat mengambil kesimpulan, bahwa jika perusahaan memiliki keunggulan bersaing maka perusahaan tersebut akan mampu bertahan di pasaran,

dan mampu melanjutkan kelangsungan suatu usaha. keunggulan bersaing bisa diperoleh dari kemampuan perusahaan yang bisa mengolah sumber daya dan modal yang dimilikinya dengan baik. Perusahaan akan memiliki kekuatan untuk bersaing jika produknya diminati oleh lebih banyak pelanggan di banding pesaing.

2.1.3.2 Elemen – Elemen Keunggulan Bersaing

Elemen-elemen keunggulan bersaing menurut **Day & Wensley dalam Lucky Radi *et al* (2016:107)** :



Gambar 2.1
Elemen–Elemen Keunggulan Bersaing

2.1.3.3 Indikator Keunggulan Bersaing

Indikator yang digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing adalah keunikan produk, kualitas produk, dan harga bersaing **Heri Setiawan (2012)** :

1. Keunikan produk

Keunikan yang dimiliki oleh produk yang dihasilkan perusahaan sehingga membedakannya dari produk pesaing atau produk umum di pasaran.

2. Kualitas produk

Kualitas dari produk yang berhasil diciptakan oleh perusahaan. Pintar dalam memilih bahan baku yang bermutu tinggi, sehingga menghasilkan produk yang berkualitas atau lebih dibandingkan pesaing.

3. harga bersaing

Kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga produknya dengan harga umum di pasaran.

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu

Sebelum penulis melakukan penelitian, penulis mempelajari dan membaca penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, untuk menjaga keaslian penelitian, maka dapat dibandingkan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variable penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Elisabeth Lisato Puspasari, Susilo Toto Rahardjo (2017) Vol. 6, No. 3 ISSN: 2337-3792	PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, INOVASI PRODUK, DAN DUKUNGAN PARTNER TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (STUDI PADA INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN SKALA KECIL DAN MENENGAH DI KOTA SEMARANG)	Variabel Orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk, berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Pelaku bisnis pada industri makanan dan minuman di Kota Semarang cenderung menciptakan jenis bisnis yang mengikuti tren pasar, namun ketika tren tersebut sudah tidak lagi <i>booming</i> , mereka akan berhenti atau mengganti jenis usahanya.	Variabel Orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk merupakan variabel independen, Variabel Keunggulan bersaing merupakan variabel dependen	Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen dan satu variabel dependen

2	<p>Anak Agung Ayu Mirah Wira Dewi, Luh Indrayani, Lulup Endah Tripalupi (2019)</p> <p>Vo. 11, No. 2 p-ISSN: 2599-1418 e-ISSN: 2599-1426</p>	<p>PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING USAHA KERAJINAN PERAK DI DESA CELUK KECAMATAN SUKAWATI KABUPATEN GIANYAR</p>	<p>Ada pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar.</p>	<p>Variabel Inovasi produk merupakan variabel independen, Variabel Keunggulan bersaing merupakan variabel dependen</p>	<p>Hanya memiliki dua variabel yang sama yaitu Inovasi produk mempengaruhi Keunggulan bersaing</p>
3	<p>Cynthia Vanessa Djodjobo, Hendra N. Tawas (2014)</p> <p>Vol. 2, No.3 ISSN 2303-1174</p>	<p>PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, INOVASI PRODUK, DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA PEMASARAN USAHA NASI KUNING DI KOTA MANADO</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Orientasi kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing pada usaha nasi kuning di kota Manado. 2. Inovasi produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada usaha nasi kuning di kota Manado. 3. Orientasi kewirausahaan dan inovasi produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada usaha nasi kuning di kota Manado. 	<p>Variabel Orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk merupakan variabel independen</p>	<p>Variabel keunggulan bersaing bukan sebagai variabel dependen, Menggunakan empat variabel</p>

4	<p>Jasmani (2019)</p> <p>Vol. 2, No.1 ISSN 2621-797X</p>	<p>PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA PT. RAGAM BAJA NUSANTARA</p>	<p>Inovasi produk berpengaruh siginifikan terhadap keunggulan bersaing.</p>	<p>Variabel Inovasi produk merupakan variabel independen, Variabel Keunggulan bersaing merupakan variabel dependen</p>	<p>Hanya memiliki dua variabel yang sama yaitu Inovasi produk mempengaruhi Keunggulan bersaing</p>
5	<p>Inda Lestari, Miguna Astuti, Hariyanto Ridwan (2019)</p> <p>Vol. 4, No.1 P-ISSN : 2527- 7502 E-ISSN : 2581- 2165</p>	<p>PENGARUH INOVASI DAN ORIENTASI KEWIRAUSAH AAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING UMKM KULINER</p>	<ul style="list-style-type: none"> - inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner di wilayah Cilandak Barat, Jakarta Selatan. Hal ini menunjukkan semakin UMKM kuliner berinovasi terhadap produknya maka keunggulan bersaing terhadap usaha tersebut akan meningkat. - Dari hasil analisis diketahui pula bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner di wilayah Cilandak Barat, Jakarta Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin pelaku UMKM kuliner menerapkan orientasi kewirausahaan terhadap usahanya maka keunggulan bersaing terhadap usaha tersebut akan meningkat. 	<p>Variabel Inovasi, dan Orientasi kewirausahaan, merupakan variabel independen, Variabel Keunggulan bersaing merupakan variabel dependen</p>	<p>Inovasi sebagai x1, orientasi kewirausahaan sebagai x2</p>

6	Muhajirin, Kamaluddin (2019) Vol. 8, No 4. ISSN : 2548-3919	ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK PENGARUHNY A TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (Studi Pada UMKM Tenun Gedogan Kota Bima)	Inovasi produk secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Tenun Gedogan di Kota Bima.	Variabel Inovasi produk merupakan variabel independen, Variabel Keunggulan bersaing merupakan variabel dependen	Hanya memiliki dua variabel yang sama yaitu Inovasi produk mempengaruhi Keunggulan bersaing
7	Ni Wayan Priti Nirmala Dewi, Gede Suparna (2017) Vol. 6, No. 9 ISSN : 2302-8912	PERAN INOVASI DALAM MEMEDIASI PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAH AAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING INDUSTRI KAIN ENDEK	- perusahaan kecil yang berorientasi kewirausahaan memungkinkan untuk melaksanakan aktivitasnya dengan lebih baik dibandingkan dengan para pesaing dan menciptakan daya saing yang tinggi. - menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing	Variabel Orientasi kewirausahaan merupakan variabel independen, Variabel Keunggulan bersaing merupakan variabel dependen	Variabel inovasi sebagai variabel intervening
8	Pratami W, Raharja (2019) Vol. 8 ISSN: 2304-1013	<i>Effect of Entrepreneurial Orientation, Product Innovation and Competitive Advantage on Business Performance in Creative Industries in Bandung City, Indonesia</i>	<i>The results of the descriptive analysis show that the variables of entrepreneurial orientation, product innovation, competitive advantage and business performance are in the high category.</i>	<i>Entrepreneurship Orientation, and product innovation as independent variable</i>	<i>Competitive advantage variable is not a dependent variable</i>

9	Paul Taylor (2013) Vol. 7 (19) ISSN : 1993-8233	<i>The effect of entrepreneurial orientation on the internationalization of SMEs in developing countries</i>	<i>SMEs in developed and developing countries with high EO are better able to innovate, leapfrog competitors and make calculated export risks to successfully service customers in international markets, than their counterparts with low EO.</i>	<i>The entrepreneurial orientation of SMEs</i>	<i>Only using two variables</i>
10	Yanlong Zhang (2012) Vol. 4 No. 2 ISSN 1756-1396	<i>The effect of entrepreneurial orientation on business performance A role of network capabilities in China</i>	<i>network capability can moderate the relationship between an SME's EO and its performance; increasing the levels of network capability will resulting positive contribution of EO to business performance</i>	<i>Entrepreneurial Orientation as independent variable</i>	<i>Network capability as an intervening variable, business performance as dependent variable</i>
11	Shihping Kevin, Yu-Lin Wang (2011) Vol. 24 ISSN : 1877-0428	<i>Entrepreneurial orientation, learning orientation, and innovation in small and medium enterprises</i>	<i>innovation at the individual, group, and organization levels is a critical imperative in organizations, and the essence of learning in improving organizational effectiveness and performance has become one important organizational competency and practice.</i>	<i>entrepreneurial orientation and innovation variable</i>	<i>learning orientation variable</i>

2.2 KERANGKA PEMIKIRAN

UMKM di dalamnya ada berbagai macam usaha, contohnya usaha di bidang kuliner, fashion, kerajinan, dan lain lain. UMKM merupakan sektor penting untuk

sumber perekonomian masyarakat Indonesia. Dengan seiring perubahan lingkungan bisnis yang dihadapi, UMKM saat ini menjadi semakin kritis. UMKM tetap dituntut untuk bisa berkompetisi agar usahanya tetap berlanjut. Tetapi daya saing UMKM yg ada di Indonesia masih rendah dan rentan terhadap perubahan lingkungan. Kondisi ini membuat rendahnya produktivitas yang dihasilkan dan usaha yang di jalankan menjadi terancam. Hal seperti ini disebabkan rendahnya adaptasi UMKM dalam menghadapi tantangan lingkungan usahanya.

Jika sebuah usaha memiliki orientasi kewirausahaan, maka usaha tersebut akan lebih berani dalam mengambil resiko, lebih aktif dan agresif daripada pesaingnya, dan mampu meningkatkan kemampuan dalam menerapkan strategi bisnisnya, jadi tidak hanya bertahan pada strategi masa lalu. Saat ini, orientasi kewirausahaan menjadi hal yang penting bagi keberlangsungan sebuah usaha. Jadi, perusahaan yang ingin meningkatkan keunggulan bersaing usahanya harus berorientasi kewirausahaan.

Permintaan pelanggan yang semakin beragam pun membuat persaingan di pasaran semakin ketat antara para pelaku usaha UMKM, tidak terkecuali pelaku usaha UMKM kuliner yang menjual berbagai macam makanan dan minuman. Saat ini kuliner tidak terlepas dari kegiatan memasak yang erat kaitannya dengan konsumsi sehari – hari. Kuliner juga dapat di artikan sebagai hasil olahan yang berupa masakan berupa lauk-pauk, makanan maupun minuman.

Para pelaku usaha harus menciptakan inovasi-inovasi baru pada produk mereka dengan sedemikian rupa, agar lebih menarik perhatian pelanggan dan membuat produknya lebih unggul dibandingkan dengan para pesaingnya.

Keunggulan bersaing bisa diperoleh dari kemampuan perusahaan yang bisa mengolah sumber daya dan modal yang ada dengan sebaik mungkin.

Oleh karena itu para pelaku usaha harus aktif dalam menjalankan usahanya dan meningkatkan aspek dalam bisnisnya untuk hasil bisnis yang lebih baik kedepannya, dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dan bervariasi. Maka di butuhkan orientasi kewirausahaan dan inovasi produk untuk mengetahui sejauh mana keunggulan bersaing suatu usaha yang dijalankan pada para pelaku usaha terutama pada UMKM Kuliner Olahan Kopi di RKB BRI Kota Tasikmalaya.

2.2.1 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian

2.2.1.1 Keterkaitan antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing

Orientasi kewirausahaan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing, menurut **Fatmawati dalam Inda Lestari et al (2019:117)** menyatakan bahwa usaha yang melakukan orientasi kewirausahaan akan mampu berinovasi untuk dapat menciptakan produk yang lebih unik dibanding pesaingnya, usaha tersebut juga akan berani mengambil resiko dalam pengambilan keputusan yang belum pasti namun memberikan peluang untuk hasil yang lebih baik di tengah persaingan. Sehingga orientasi kewirausahaan akan berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan dalam bersaing.

Berdasarkan penelitian dari **Chih-Hsing (2016:19)** juga menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan seperti *aggressiveness*, *proactiveness*, dan *risk-taking* mempunyai pengaruh yang positif terhadap keunggulan bersaing.

2.2.1.2 Keterkaitan antara Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Inovasi produk merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing, menurut **Muhajirin & Kamaluddin (2019:417)** Inovasi produk secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM. Hal ini karena inovasi produk adalah elemen utama yang berdampak dengan sebagai kunci utama keberhasilan produk untuk dapat diterima oleh konsumen agar dapat memenangkan persaingan. Hal ini berarti bahwa sangat relevan bagi para pengusaha agar terus mengembangkan dan meningkatkan inovasi produk yang dapat menciptakan keunggulan bersaing produk tersebut.

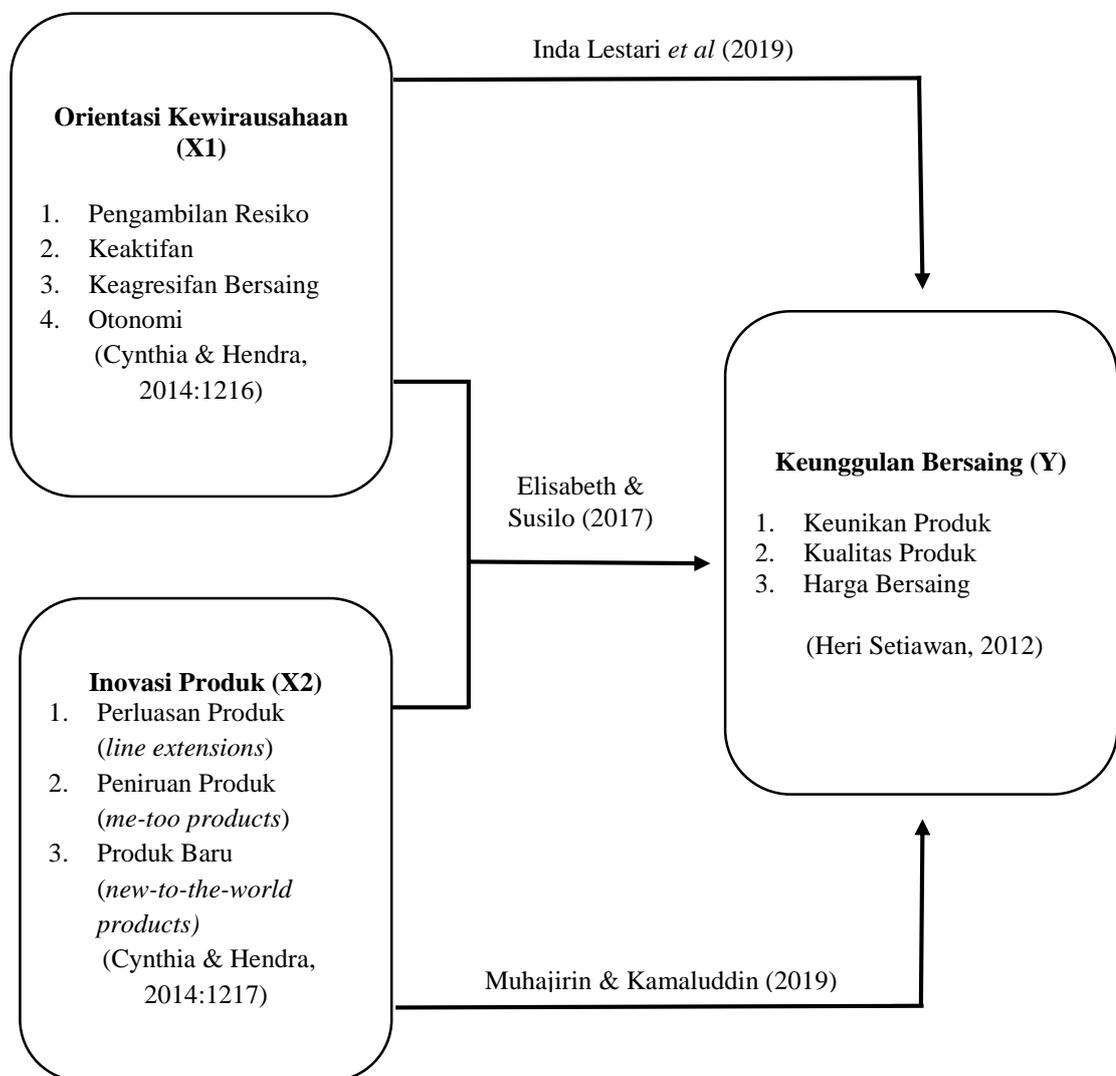
Cynthia & hendra (2014:1222) menunjukkan penciptaan produk-produk pendukung yang memiliki rasa yang berbeda dengan yang dimiliki kompetitor serta produk-produk pendukung yang memiliki bentuk yang berbeda dengan produk kompetitor membuat konsumen beranggapan bahwa usaha tersebut memiliki banyak pilihan produk dan layak untuk dikunjungi. Varian-varian produk yang benar-benar baru kurang menjadi perhatian pengelola usaha karena dianggap tidak signifikan dalam persaingan produk mereka

2.2.1.3 Keterkaitan Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil penelitian **Elisabeth & Susilo (2017:5)** menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan, inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Pelaku bisnis pada industri makanan dan minuman cenderung menciptakan jenis bisnis yang mengikuti tren pasar. Berbagai inovasi diciptakan

oleh pelaku bisnis pada industri makanan dan minuman, tidak hanya inovasi pada menu-menu yang ditawarkan namun juga desain kemasan. Inovasi yang dilakukan pada produk dapat berupa mengembangkan produk yang telah ada, meniru produk, atau menciptakan produk yang baru yang unik.

Berdasarkan keterkaitan antar-variabel diatas, maka paradigma penelitian digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.2
Paradigma Penelitian

2.3 HIPOTESIS

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang dimaksud untuk menjawab permasalahan yang ada. Menurut **Umi Narimawati (2010)** ,
“Hipotesis dapat dikatakan sebagai pendugaan sementara mengenai hubungan antar variabel yang akan diuji kebenarannya. Karena sifatnya dugaan, maka hipotesis hendaknya mengandung implikasi yang lebih jelas terhadap pengujian yang dinyatakan”.

Berdasarkan kerangka pemikiran dan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mengambil hipotesis sementara dalam memecahkan masalah tersebut, bahwa :

- H1: Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuliner Olahan Kopi di RKB BRI Kota Tasikmalaya .
- H2: Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuliner Olahan Kopi di RKB BRI Kota Tasikmalaya.
- H3: Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuliner Olahan Kopi di RKB BRI Kota Tasikmalaya.