

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Roti Kopo, Bandung.

Oleh :

Faza Nurrahmansah

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

Abstract – This study aims to determine the responses of respondents regarding Entrepreneurship Orientation, Product Innovation and Competitive Advantages. And to find out how much influence the Entrepreneurship Orientation and Product Innovation have on Competitive Advantages in Central Kopo Bread, Bandung, both partially and simultaneously.

The population in this study were 20 business owners, and the determination of samples in this study using technical saturated samples. The analysis method in this study used descriptive and verification analysis consisting of multiple linear regression analysis, correlation analysis, and determination coefficients, and hypothesis testing by testing T for partial and F test for simultaneous.

The results of the study based on descriptive analysis for Entrepreneurship Orientation variables are in the poor category, the Product Innovation variable is in the fairly good category, and the Competitive Advantage variable is in the fairly good category. The correlation test results show that Entrepreneurship Orientation and Product Innovation have a significant effect on Competitive Advantage. The hypothesis test results state that there is an influence of Entrepreneurship Orientation and Product Innovation on Competitive Advantages, both partially and simultaneously.

Keywords: Entrepreneurship Orientation, Product Innovation, Competitive Advantage

1. Pendahuluan

Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia bisnis yang terjadi pada saat ini khususnya yang ada di Indonesia dan pada umumnya yang ada di dunia telah mengalami kemajuan yang cukup pesat. Dengan semakin berkembangnya dunia usaha yang ada di Indonesia pada saat ini, hal itu menandakan bahwa saat ini Indonesia sudah mulai memasuki era globalisasi. Pada era globalisasi yang terjadi pada saat ini memberikan peranan yang lebih besar pada inisiatif dan kreativitas yang dimiliki oleh masyarakat melalui berbagai hal seperti teknologi informasi, transportasi, ekonomi, sosial budaya, politik dan elemen organisasi yang ada di masyarakat. Dengan apa yang terjadi pada dunia usaha pada saat ini, mengakibatkan semakin ketatnya persaingan, dan hal itu menuntut agar para pelaku usaha untuk dapat memenuhi kebutuhan para konsumen yang selalu berubah. Tuntutan tersebut pada akhirnya mengharuskan para

pelaku usaha memiliki konsistensi untuk memuaskan konsumen, oleh karena itu para pelaku di dunia usaha harus mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya sekaligus terus mengembangkan usahanya sesuai dengan visi, misi dan tujuannya. Kondisi dunia usaha yang berjalan pada saat ini seiring dengan perkembangan dunia usaha kecil dan menengah yang ada di Indonesia.

Pada tahun 2015 beberapa perusahaan di sentra industri roti di jalan Kopo mengalami penurunan produksi, terjadi kurangnya permintaan pasar dari biasanya. Menurut hasil wawancara, terdapat 20 rumah produksi roti yang terdapat di lokasi tersebut yang jaraknya berdekatan antara satu dengan yang lainnya, penyerapan tenaga kerjanya berasal dari warga sekitar yang memang berdekatan dengan lokasi rumah produksi tersebut, namun ada juga pekerja dari luar wilayah tersebut, orang-orang itu mendapat info dari mulut kemulut mengenai pekerjaan disana, selain itu untuk sumber bahan bakunya, rumah produksi biasa membeli di toko dengan rumah produksi yang dapat dengan mudah untuk di temukan. Dari hasil wawancara lainnya kepada beberapa pengusaha roti di sentra roti kopo, mereka cenderung jarang mengamati pesaingnya dan jarang mengikuti perkembangan pasar. Hal ini mengakibatkan banyak keunggulan perusahaan lain yang tidak dimiliki di Sentra Industri Roti ini seperti strategi dalam meningkatkan pelanggan maupun inovasi dari produk yang di sentra roti tersebut produknya kebanyakan sama dengan yang lainnya sehingga tidak mempunyai keoriginalitas tersendiri. Apabila tidak ada pembaharuan strategi, maka bisnis ini bisa saja tidak dapat mengoptimalkan profit dan tidak dapat bertahan dipasaran.

Berdasarkan survei awal Sentra Industri Roti Kopo ini Dapat diketahui bahwa salah satu penyebab dari berkurangnya penjualan di sentra roti kopo yaitu : pertama, karena para pengusaha di sentra roti kopo tidak berani mengambil resiko dengan membuat produk baru jadi pengusaha tetap membuat produk yang sudah ada. Kedua, Karena produk yang ada pada sentra roti kopo masih belum memiliki keunikan yang khas, produknya masih sering dijumpai dimana-mana dan produknya masih mudah ditiru oleh para pesaingnya, maka permintaan roti pun semakin berkurang.

Rumusan Masalah

Mengacu pada hal – hal yang telah dikemukakan pada latar belakang, maka penulis memutuskan untuk beberapa hal untuk diangkat diantaranya sebagai berikut :

1. Bagaimana Orientasi Kewirausahaan yang ada pada Sentra Roti Kopo .
2. Bagaimana Inovasi Produk yang ada pada Sentra Roti Kopo.
3. Bagaimana Keunggulan Bersaing yang ada pada Sentra Roti Kopo.
4. Seberapa besar Pengaruh Orientasi kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing yang ada pada Sentra Roti Kopo baik secara parsial maupun secara simultan

Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi dan mengungkapkan mengenai Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing yang ada pada Sentra Roti Kopo yang akan penulis gunakan dalam rangka menyusun penelitian.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Tanggapan Responden tentang Orientasi Kewirausahaan yang ada pada Sentra Roti Kopo
2. Untuk mengetahui Tanggapan Responden tentang Inovasi Produk yang ada pada Sentra Roti Kopo
3. Untuk mengetahui Tanggapan Responden tentang Keunggulan Bersaing yang ada pada Sentra Roti Kopo
4. Untuk mengetahui pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing yang ada pada Sentra Roti Kopo baik secara parsial maupun secara simultan.

II. Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan merupakan proses individu dalam mengejar peluang kewirausahaan berdasarkan tingkat dan sifat sumberdaya yang tersedia yang tercermin melalui sikap inovatif, berani mengambil risiko, serta bersikap proaktif (Jalali *et al.*, 2014).

Runyan *et al.* (2008) dalam Erni Jayaningrum dan Brillyanes Sanawiri (2018) membangun suatu dasar bagi orientasi kewirausahaan dengan memberikan definisi orientasi kewirausahaan. Suatu perusahaan dikatakan sebagai perusahaan dengan orientasi kewirausahaan apabila perusahaan tersebut adalah yang pertama dalam inovasi produk, berani mengambil risiko, dan proaktif dalam melakukan inovasi. Dengan demikian orientasi kewirausahaan adalah proses, praktik, dan aktivitas yang menggunakan inovasi produk, pengambilan risiko, dan usaha yang proaktif untuk memenangkan persaingan.

Berikut ini indikator orientasi kewirausahaan menurut (Jalali *et al.*, 2014) :

1) Keinovatifan (*innovativeness*)

Sikap atau pola berpikir yang inovatif juga sangat penting bagi kelangsungan suatu usaha, biasanya, pelaku usaha yang memiliki orientasi kewirausahaan akan lebih berani dan efektif dalam mengelola ide inovatifnya dibandingkan usaha yang tidak (Hafeez *et al.*, 2012).

2) Sikap proaktif

Pro-aktif berarti seorang wirausahawan memiliki suatu inisiatif dan tidak menunggu, serta berpikir visioner sehingga memiliki perencanaan baik jangka pendek maupun jangka panjang, mau belajar dari pengalaman, kegagalan, dan dapat menerima kritik dan saran untuk mengembangkan usahanya (Soegiastuti & Haryani, 2013).

3) Berani mengambil risiko (*risk tasking*)

Berani mengambil risiko berarti pelaku usaha berani mengambil risiko dengan menyesuaikan profil risiko serta manfaat risiko tersebut bagi suatu bisnis (Isa, 2013),

Inovasi Produk

Nasution (2005:44) dalam Cynthia dan Hendra (2014:1217) menyatakan bahwa inovasi produk merupakan produk atau jasa baru yang diperkenalkan ke pasar.

Atalay *et al.* (2013) menyatakan bahwa inovasi produk merupakan pengenalan dan pengembangan jenis barang atau jasa baru yang berbeda dari sebelumnya dan melengkapi kekurangan-kekurangan dari penemuan sebelumnya dengan lebih menekankan pada segi kualitas.

Lukas dan Ferrel (2000:240) dalam Cynthia dan Hendra (2014;1217) mengatakan indikator inovasi produk sebagai berikut:

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

Keunggulan Bersaing

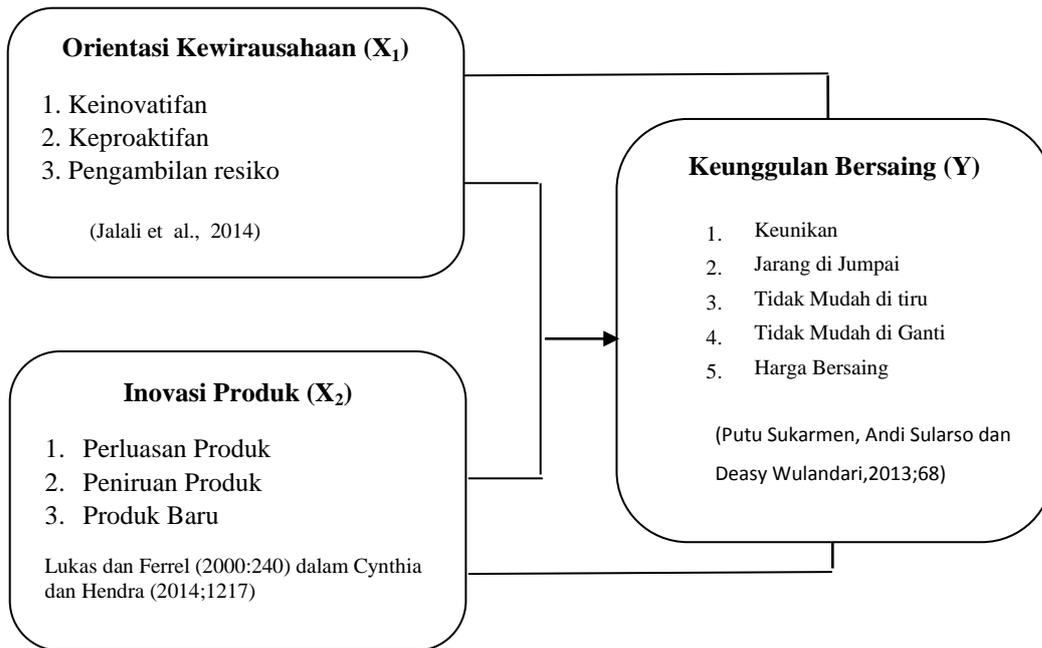
Keunggulan bersaing yaitu menemukan posisi dalam suatu industri, dimana perusahaan dapat melindungi atas tekanan (gaya) persaingan atau dapat juga mempengaruhi dan mengendalikan tekanan tersebut secara positif. (Putu Sukarmen et al. 2013)

Menurut Hasan (2009 : 104) dalam Ika Dwi Ayuningrum dan Edriana Pangestuti(2018:197) keunggulan bersaing digambarkan dengan perusahaan bertindak selangkah lebih maju dibandingkan industri yang sama. Sehingga keunggulan bersaing diartikan nilai yang diciptakan oleh perusahaan untuk bersaing sesama jenis industri agar lebih unggul dibandingkan pesaingnya.

indikator keunggulan bersaing menurut (Putu Sukarmen et al ,2013;68), yaitu :

1. Keunikan
2. Jarang di Jumpai
3. Tidak Mudah di tiru
4. Tidak Mudah di Ganti
5. Harga Bersaing

Berikut ini adalah skema paradigma dari penelitian ini :



Gambar 2.1

Paradigma Penelitian

Sub Hipotesis :

1. Variabel Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing Sentra Roti Kopo
2. Variabel Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing Sentra Roti Kopo

Hipotesis Utama :

Terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Sentra Roti Kopo.

III. Metodologi Penelitian

Objek Penelitian

Pengertian dari objek penelitian menurut Sugiyono (2010:32) adalah sebagai berikut :
“Objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan”
Objek dalam Penelitian ini adalah Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing. Penelitian ini dilakukan pada Sentra Roti Kopo, Bandung dengan memilih responden penelitian adalah para pengusaha roti yang ada di Sentra Roti Kopo, Bandung.

Metodologi Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui pengaruh atau hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti dan diarahkan pada keterkaitan variabel orientasi Kewirausahaan, inovasi produk dan Keunggulan Bersaing. Penelitian berlokasi di kota Bandung dengan objek pemilik atau pengelola utama Sentra Roti Kopo, Bandung. Penelitian ini menggunakan sampling jenuh yaitu kuesioner diberikan kepada seluruh pengusaha yang ada di Sentra Roti Kopo. Data penelitian yang dihimpun merupakan data primer yang berasal dari angket yang disebar pada sampel dengan menggunakan skala pengukuran *Likert* dan data sekunder yang berasal dari literatur serta penelitian terdahulu yang disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Pengolahan data diawali dengan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda lewat uji normalitas, multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas dengan bantuan program SPSS.

IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal.

Tabel 4.22

Hasil Uji Normalitas Data Residual

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		20
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,22177513
Most Extreme Differences	Absolute	,148
	Positive	,148
	Negative	-,107
Kolmogorov-Smirnov Z		,662
Asymp. Sig. (2-tailed)		,773

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai signifikansi (*Asymp. Sig. (2-tailed)*) dari uji *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,773 dan lebih besar dari 0,05. Karena nilai signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas berguna untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Dari pengolahan data yang telah dilakukan, diperoleh hasil uji multikolinieritas sebagai berikut:

Tabel 4.23

Hasil Uji Multikolinieritas

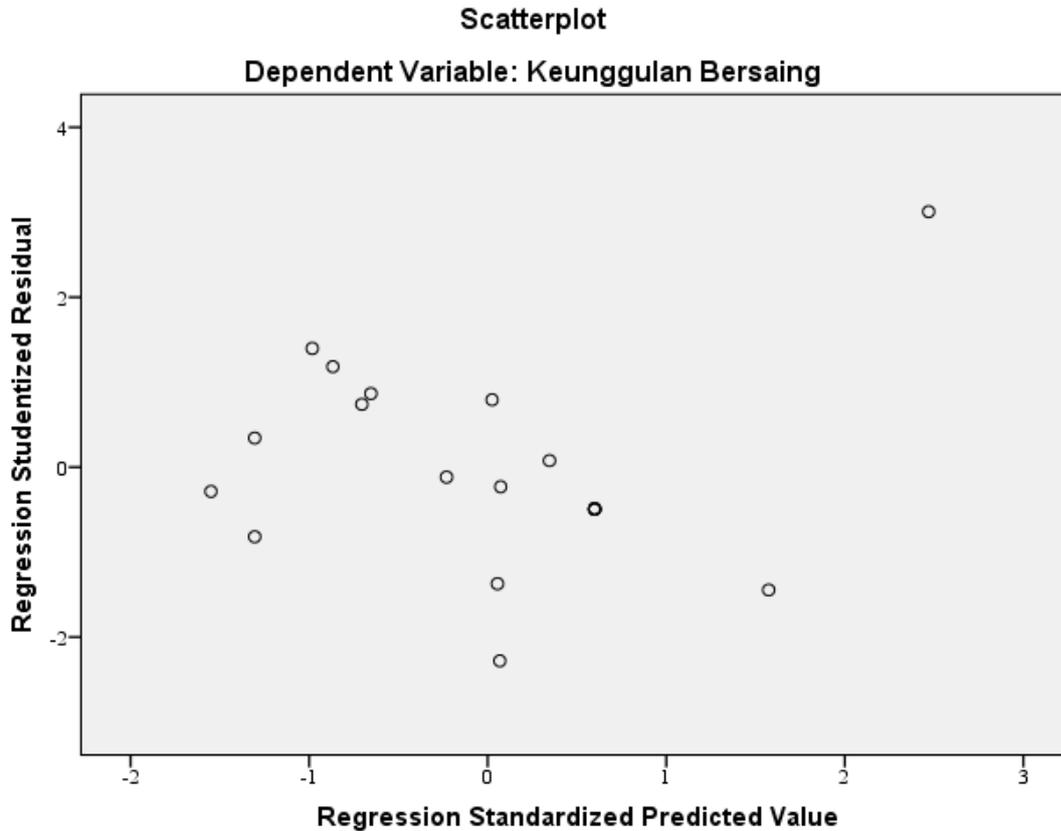
Coefficients ^a										
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
	1 (Constant)	3,438	1,211				2,839	,011		
Orientasi Kewirausahaan	,742	,169	,596	4,379	,000	,873	,728	,424	,506	1,977
Inovasi Produk	,583	,201	,395	2,902	,010	,813	,576	,281	,506	1,977

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan nilai VIF yang diperoleh seperti terlihat pada tabel di atas, nilai *tolerance* untuk seluruh variabel bebas $> 0,1$ dan nilai VIF seluruh variabel bebas < 10 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada data tersebut atau dapat dipercaya dan objektif.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya pelanggaran heteroskedastisitas, dapat dilihat dengan menggunakan metode *scatter plot* dengan ketentuan sebagai berikut:



Gambar 4.5
Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar merata baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi pelanggaran heterokedaktisitas pada model regresi.

Analisis Regresi

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk membuat estimasi koefisien-koefisien persamaan linier, mencakup satu atau dua variabel bebas yang dapat digunakan secara tepat untuk memprediksi nilai variabel terikat.

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan :

- Y = Nilai taksiran variabel keunggulan bersaing
- X₁ = Orientasi kewirausahaan
- X₂ = Inovasi produk
- b₀ = Konstanta
- b₁, b₂ = Koefisien Regresi

Dengan menggunakan *software* SPSS 21, diperoleh hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 4.21

Hasil Estimasi Persamaan Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,438	1,211		2,839	,011
	Orientasi Kewirausahaan	,742	,169	,596	4,379	,000
	Inovasi Produk	,583	,201	,395	2,902	,010

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Dari perhitungan regresi yang telah diolah diatas, maka diperoleh persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = 3,438 + 0,742 X_1 + 0,583 X_2$$

Koefisien yang terdapat pada persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

b_0 (konstanta)= 3,438 Artinya jika Orientasi kewirausahaan dan Inovasi produk bernilai konstan (nol)/tidak ada peningkatan, maka keunggulan bersaing akan bernilai sebesar 3,438.

$b_1= 0,742$ Artinya setiap peningkatan yang terjadi pada Orientasi kewirausahaan, maka akan berdampak pada meningkatnya keunggulan bersaing sebesar 0,742.

$b_2= 0,583$ Artinya setiap peningkatan yang terjadi pada Inovasi produk, maka akan berdampak pada meningkatnya keunggulan bersaing sebesar 0,583.

Kemudian tanda (+) pada koefisien regresi berarti setiap kenaikan dengan nilai 1 pada variabel independen akan menyebabkan kenaikan nilai pada variabel dependen. Dan pada persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa jika orientasi kewirausahaan (X_1) dan inovasi produk (X_2) ditingkatkan maka keunggulan bersaing (Y) juga akan meningkat

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan suatu nilai yang menyatakan besar pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Pada permasalahan yang sedang diteliti yaitu pengaruh Orientasi kewirausahaan dan Inovasi produk secara simultan dalam memberikan kontribusi pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Dengan menggunakan SPSS, diperoleh *output* sebagai berikut:

Tabel 4.27
Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,917 ^a	,841	,822	1,29165

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Orientasi Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa nilai koefisien korelasi atau (R) yang diperoleh sebesar 0,917. Dengan demikian koefisien determinasi dapat dihitung sebagai berikut:

$$Kd = (r)^2 \times 100 \%$$

$$Kd = (0,917)^2 \times 100 \%$$

$$Kd = 84,1\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, terlihat bahwa nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 84,1%. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel bebas yang terdiri dari Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk memberikan kontribusi terhadap Keunggulan Bersaing sebesar 84,1%, sedangkan sisanya sebesar 15,9% lainnya merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti seperti Dukungan Partner dan Orientasi Pasar. Sedangkan untuk melihat besarnya kontribusi pengaruh yang diberikan oleh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

Hasil Uji Hipotesis

Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis parsial (uji-t) dilakukan untuk membuktikan apakah Orientasi kewirausahaan dan Inovasi produk secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan menggunakan program SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 4.29
Uji Hipotesis Parsial (Uji T)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,438	1,211		2,839	,011
	Orientasi Kewirausahaan	,742	,169	,596	4,379	,000
	Inovasi Produk	,583	,201	,395	2,902	,010

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2019

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai t-hitung yang diperoleh orientasi Keirusahaan (X_1) adalah sebesar 4,379. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel pada tabel distribusi Tingkat signifikansi (α) sebesar 5%, $db = (n-k-1) 20-2-1 = 17$, dengan pengujian 2 pihak sehingga diperoleh t-tabel sebesar 2,110. Orientasi kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing karena nilai t-hitung (4,379) lebih besar dari t tabel (2,110) dan t hitung berada pada daerah penolakan H_0 , sehingga H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh signifikan dari Orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing di Sentra Roti Kopo di Bandung. Jadi semakin tinggi tingkat orientasi kewirausahaan maka akan semakin tinggi keunggulan bersaing pada perusahaan tersebut.

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai t-hitung yang diperoleh inovasi produk (X_2) adalah sebesar 2,902. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel pada tabel distribusi Tingkat signifikansi (α) sebesar 5%, $db = (n-k-1) 20-2-1 = 17$, dengan pengujian 2 pihak sehingga diperoleh t-tabel sebesar 2,110. Inovasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing karena nilai t-hitung (2,902) lebih besar dari t tabel (2,110) dan t hitung berada pada daerah penolakan H_0 , sehingga H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh signifikan dari Inovasi produk terhadap keunggulan bersaing di Sentra Roti Kopo di Bandung. Jadi semakin tinggi tingkat inovasi produk pada Sentra Roti Kopo maka akan semakin tinggi pula tingkat keunggulan bersaing yang di hasilkan pada Sentra Roti Kopo.

Pengujian Hipotesis secara Simultan (Uji f)

Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis untuk membuktikan apakah Orientasi kewirausahaan, dan Inovasi produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan rumusan hipotesis statistik sebagai berikut.

Tabel 4.30
Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	149,905	2	74,952	44,926	,000 ^b
	Residual	28,362	17	1,668		
	Total	178,267	19			

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Orientasi Kewirausahaan

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 44,926 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai ini menjadi statistik uji yang akan dibandingkan dengan nilai F dari tabel dimana pada tabel F untuk $\alpha = 0,05$ dan db_1/df_1 (banyaknya variabel bebas): 2 dan $db_2: n-k-1 (20-2-1) = 17$ maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,592. Karena $F_{hitung} (44,926)$ lebih besar dibanding $F_{tabel} (3,592)$ maka pada tingkat kekeliruan 5% ($\alpha=0,05$) diputuskan untuk menolak H_0 dan menerima H_a . Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan

bahwa Orientasi kewirausahaan dan Inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing di Sentra Roti Kopo di Bandung.

V. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing di Sentra Roti Kopo Bandung, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut

1. Dari analisis deskriptif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Orientasi Kewirausahaan pada Sentra Roti Kopo Bandung termasuk dalam kategori “Kurang Baik”. Artinya pelaku usaha memiliki tingkat Orientasi Kewirausahaan yang dinilai masih kurang baik .
2. Dari analisis deskriptif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Inovasi Produk pada Sentra Roti Kopo Bandung termasuk dalam kategori “Cukup Baik”. Artinya pelaku usaha memiliki tingkat Inovasi Produk yang dinilai cukup baik.
3. Dari analisis deskriptif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Keunggulan Bersaing pada Sentra Roti Kopo Bandung termasuk dalam kategori “Cukup baik”. Artinya pelaku usaha memiliki tingkat yang dinilai cukup baik.
4. Penelitian pengaruh parsial dan simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen memberikan hasil sebagai berikut:
 - a. Dari hasil penelitian secara parsial untuk menguji pengaruh Orientasi kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Roti Kopo Bandung diperoleh hasil terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Keunggulan Bersaing dengan arah hubungan positif, maka semakin baik Orientasi Kewirausahaan maka Keunggulan Bersaingnya pun akan semakin meningkat.
 - b. Dari hasil penelitian secara parsial untuk menguji pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Roti Kopo Bandung diperoleh hasil terdapat pengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing dengan arah hubungan positif, semakin baik Inovasi Produk maka Keunggulan Bersaing akan semakin meningkat.
 - c. Dari hasil penelitian secara simultan Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang = orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing di Sentra Roti Kopo Bandung, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh:

1. Penerapan orientasi kewirausahaan berjalan kurang baik di Sentra Roti Kopo Bandung, adapun hal yang disarankan adalah diharapkan pengusaha bisa lebih banyak mendapatkan pengalaman dan pelatihan lagi agar dapat memikirkan keinovatifan seperti apa yang harus dilakukan pada produknya, bisa juga dengan banyak mencari di situs online mengenai pembuatan ataupun prosesnya atau cara

- pengemasan roti dari luar negeri maupun dalam negeri yang nantinya akan membuat pengusaha mengembangkan produk rotinya atau membuat produk roti baru. Dan pengusaha harus lebih berani mengambil resiko dengan usahanya tersebut.
2. Inovasi Produk Sentra Roti Kopo Bandung masih berjalan cukup baik. Namun adapun hal yang disarankan adalah diharapkan pengusaha bisa lebih memahami keinginan pasar untuk lebih mampu mengetahui apa yang dibutuhkannya baik itu dengan membuat produk baru untuk menarik minat beli konsumen.
 3. Keunggulan bersaing Sentra Roti Kopo Bandung masih berjalan cukup baik. Namun terdapat hal yang diharapkan setiap pelaku usaha adalah dengan tetap menjaga kualitas masing – masing pelaku usaha ini untuk menciptakan suatu kepercayaan konsumen yang menjadi jauh lebih baik.
 4. Pengaruh antara ketiga variabel sudah memiliki keterkaitan yang signifikan, pada saat inilah pedagang di Sentra Roti Kopo Bandung lebih dapat memaksimalkan orientasi kewirausahaan dan inovasi produk untuk dapat terus memajukan usahanya dengan memanfaatkan setiap indikator yang diteliti yang kemudian harus di tingkatkan dengan apa yang disarankan pada setiap indikatornya.

Daftar Pustaka

- Atalay *et al.* 2013. *The relationship between innovation and firm performance: An empirical evidence from Turkish automotive supplier industry*, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 75 (2), pp: 226-235.
- Cynthia dan Hendra, 2014, *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado*, *Jurnal EMBA Vol.2 No.3*, Hal. 1214-1224, ISSN 2303-1174.
- Erni Jayaningrum dan Brillyanes Sanawiri, 2018, *Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Studi pada Kuliner Kafe kota Malang)*, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 54 No. 1*.
- Hafeez *et al.* 2012. *Relationship between Entrepreneurial Orientation, Firm Resource, SME Branding and Firm's Performance: Is Innovation the Missing Link?*. *American Journal of Industrial and Business Management*, (2): h: 153-159
- Hanifah. 2011. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Budaya Organisasi dan Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Perusahaan*. *Prosiding Seminar Nasional Call for Paper*, Hal. 1-13. ISSN ISBN 978-979-3649-65-8
- Ika Dwi Ayuningrum dan Edriana Pangestuti, 2018, *Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kepuasan Pengunjung Industri Pariwisata di Kabupaten Bojonegoro*, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 60 No. 1*.
- Isa. 2013. *Analisis Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Kinerja Industri Mebel*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, (17)1: h: 89-98.
- Jalali *et al.* 2014. *Entrepreneurial Orientation and Performance: The Interaction Effect of Customer Capital*. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, (10)1: h: 48-68.

- Lukas dan Ferrell . 2000. *The Effect of Market Orientation on Product Innovation*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, DOI 10.1177/0092070300282005, Vol.28, No.2 (2009).
- Nasution. 2005. *Total Quality Management*. PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Putu Sukarmen *et al*, 2013, *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening pada Produk Gula Pasir Sebelas (gupalas) Pabrik Gula Semboro PTP Nusantara XI (PERSERO)*, JEAM Vol XII No.1, ISSN: 1412-5366.
- Soegiastuti dan Haryanti. 2013. *Model Kinerja Pemasaran Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Jawa Tengah*. *Jurnal Ilmiah Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, (1)1: h: 56-68.
- Sugiyono . 2010 *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Umar Husein. 2005. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.