

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### 2.1.1 Orientasi Kewirausahaan

###### 2.1.1.1 Pengertian 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.

Orientasi kewirausahaan memiliki keterkaitan dengan pencarian peluang, keberanian mengambil resiko serta keputusan bertindak para pemimpin organisasi Knight (2000:14) dalam Cynthia dan Hendra (2014:1214-1224)

Orientasi kewirausahaan adalah kontributor yang signifikan untuk keberhasilan suatu perusahaan Mahmood dan Hanafi (2013).

Dari pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan proses, praktek, dan kegiatan pengambilan keputusan atau kecenderungan individu untuk melakukan inovasi, proaktif, dan mau mengambil risiko untuk memulai atau mengelola usaha yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan.

#### 2.1.1.2 Indikator Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan juga 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)

Pendapat ini serupa dengan pendapat Lumpkin dan Dess (1996) dalam Hanifah (2011:3) yang berpendapat, “Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu berani mengambil risiko, bertindak secara proaktif dan selalu inovatif.

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 resiko (risk tasking)

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

### 2.1.2 Inovasi Produk

#### 2.1.2.1 Pengertian 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.

Inovasi produk menurut Hurley & Hult (2012:83) menjelaskan bahwa inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan keunggulan bersaing.

Menurut Raeni Dwi Santy et al. (2013) Inovasi produk adalah elemen penting perusahaan, termasuk perusahaan yang bergerak dalam bisnis kuliner. Setiap pembaruan dalam hal produk dari perusahaan akan menentukan keputusan pembelian dari konsumen, dan akan meningkatkan angka penjualan perusahaan dan meningkatkan daya saing perusahaan dalam industri yang dilakukan oleh perusahaan.

Baregheh et al., (2012) dalam Rizki Zulfikar et al. (2017) mendefinisikan inovasi sebagai proses multi tahap di mana organisasi mengubah ide menjadi produk baru atau meningkatkan layanan atau proses.

Menurut Zimmerer (1996) dalam Trustorini Handayani dan Yusuf Tanjung(2017) Inovasi diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan

Menurut Sandee (1995) dalam penelitian Raeni Dwi Santy et al .(2013) mengatakan bahwa inovasi adalah strategi penting bagi industri kecil untuk memperkuat posisi kompetitif mereka.

Menurut Ndubisi (2014), di lingkungan bisnis yang semakin berkembang, dinamis, perusahaan perlu untuk memperbaiki pelayanan dan menambahkan nilai tambah produk melalui berbagai aktivitas kewirausahaan dan inovatif.

Dari pengertian di atas maka dapat dikatakan bahwa inovasi produk adalah produk baru yang dihasilkan oleh perusahaan yang mana nantinya produk tersebut dapat bersaing di pasar.

#### 2.1.2.2 Indikator Inovasi Produk

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.

#### 2.1.3 Keunggulan Bersaing

##### 2.1.3.1 Pengertian 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.

Menurut Udaya, et al., (2013:7) dalam Ika Dwi Ayuningrum dan Edriana Pangestuti (2018:196) keunggulan bersaing diartikan sebagai suatu keadaan dalam memperoleh keuntungan rata-rata lebih tinggi daripada pesaingnya.

Untuk merancang penawaran pasar yang menghantarkan nilai lebih dari pada pesaing yang berusaha memenangkan pasar yang sama, perusahaan harus memahami pelanggan dan mengembangkan hubungan yang kuat dengan pelanggan. Penawaran tersebut disebut juga dengan keunggulan bersaing (Kotler, 2010).

Menurut Porter (1994) dalam Raeni Dwi Santy et al .(2013) "keunggulan bersaing tidak dapat dipahami dengan melihat suatu perusahaan secara keseluruhan, tetapi memiliki keunggulan kompetitif asal, berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, mengirim dan mendukung produk-produknya.

Dari beberapa pengertian di atas dapat di simpulkan bahwa keunggulan bersaing adalah salah satu nilai lebih yang dimiliki dari suatu usaha dan tidak dimiliki oleh parah pesaingnya.

### 2.1.3.2 Indikator Keunggulan Bersaing

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

1. Keunikan

Nilai lebih suatu produk, seseorang, tempat, atau semua benda yang memiliki ciri khas masing-masing yang membuat berbeda dengan yang lainnya.

2. Jarang di Jumpai

Kondisi dimana suatu produk hanya ada dalam tempat usaha tersebut dan tidak dapat ditemukan di tempat usaha lainnya

3. Tidak Mudah di tiru

Kondisi dimana produk-produk yang di produksi dari usaha tersebut tidak dapat dengan mudah ditiru oleh usaha lainnya

4. Tidak Mudah di Ganti

Kondisi dimana para konsumen tetap membeli hasil produk dari usaha tersebut setelah sebelumnya membeli produk tersebut meskipun banyak hasil produk yang serupa sebagai pesaingnya.

5. Harga Bersaing

Kondisi dimana harga dari produk yang dihasilkan dapat bersaing dengan harga-harga dari produk yang sama.

#### 2.1.4 Penelitian Terdahulu

Peneliti melampirkan penelitian-penelitian terdahulu sebagai acuan referensi dalam penelitian ini. Selanjutnya untuk mendukung penelitian ini, dapat di sajikan daftar penelitian terdahulu :

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Kesimpulan/ Hasil Penelitian</b>	<b>Persamaan</b>	<b>perbedaan</b>
1	Cynthia dan Hendra, Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1214-1224 ISSN 2303- 1174	PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHA AN, INOVASI PRODUK, DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA PEMASARAN USAHA NASI KUNING DI KOTA MANADO	Orientasi kewirausahaa n dan inovasi produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada usaha nasi kuning di kota manado	Penggunaan variabel orientasi kewirausah aan dan inovasi produk sebagai variabel independen	Penggunaan variabel kinerja pemasaran sebagai variabel dependen
2	Putu Sukarmen, Andi Sularso dan Deasy Wulandari, JEAM Vol XII No.1/2013, Hal 64-79 ISSN: 1412-5366	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)	Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing	Penggunaan variabel inovasi produk sebagai variabel independen	Terdapat variabel kepuasan konsumen sabagai variabel dependen dan penggunaan variabel keunggulanber saing sebagai variabel interveming
3	Hapsawati Tann, Jurnal	PENGARUH INOVASI PRODUK	Penelitian ini menunjukkan	Penggunaan variabel	Harga menjadi variabel

	Bisnis dan Kewirausahaan, Vol.6 No.2, April 2017, ISSN 2252-3073	DAN HARGA TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING USAHA KARAWO DI KOTA GORONTALO	hasil bahwa Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing	inovasi produk sebagai variabel independen	X2nya
4	Elisabeth Lisato Puspasari, Susilo Toto Rahardjo, Jurnal Manajemen, Vol .6 No.3, 2017, Hal 1-8, 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)	Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing dan Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing	Penggunaan variabel orientasi kewirausahaan dan inovasi produk sebagai variabel independen	Tempat melakukan penelitian berbeda
5	Erni Jayaningrum, Brillyanes Sanawiri, Universitas Brawijaya, Jurnal Administrasi bisnis (JAB), Vol. 54 No.1, Januari 2018	PENGARUH ORIENTASI PASAR, INOVASI, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA PEMASARAN (Studi pada Kuliner Kafe kota Malang)	Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing dan Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing	Penggunaan variabel orientasi kewirausahaan dan inovasi sebagai variabel independen	Terdapat 2 variabel yang menjadi dependen yaitu keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran
6	Nagasimha Balakrishna Kanagal, Indian Journal of Management	INNOVATION AND PRODUCT INNOVATION IN MARKETING STRATEGY	Innovation leads to a process of change in organizations and its market	Skala pengukuran ordinal dan variabel inovasi produk	Terdapat variabel independen pada inovasi dan variabel

	and Marketing Vol. 18 – February, 2015		offerings, and is a key weapon that marketing strategists use to win customers and markets, through the development of sustainable competitive advantage.	digunakan sama	dependen pada marketing strategi
7	Thongvanh Sirivanh,Sasiwemon Sukkabot, ,International Journal of Business and Social Science, Vol. 5, No. 6(1); May 2014	The Effect of Entrepreneurial Orientation and Competitive Advantage on SMEs' Growth: A Structural Equation Modeling Study	Entrepreneurial orientation has a positive relationship with the competitive advantage	Memakai orientasi kewirausahaan sebagai variabel independen	Variabel Dependen berbeda
8	Mohammed R. Yaseen Zeebaree1 , Rusinah Bt. Siron, International Review of Management and Marketing, 2017, 7(1), 43-52., ISSN: 2146-4405	The Impact of Entrepreneurial Orientation on Competitive Advantage Moderated by Financing Support in SMEs	it shows entrepreneurship as an essential tool for exploring and exploiting opportunities. In addition, successful small firms have an important contributor to regional and national economy. If the policy makers aim to create more employment opportunities And economic development through successful small firms, they have to develop systems that emphasize the importance of “entrepreneurship” for the small firm.	Memakai orientasi kewirausahaan sebagai variabel independen dan keunggulan bersaing sebagai dependen	Tempat penelitian

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam suatu usaha di zaman sekarang ini dimana persaingan antar pengusaha begitu ketatnya dari sesama produk itu ataupun dari produk substitusi. Maka, agar memenangkan persaingan ini perusahaan harus memiliki daya saing yang dibentuk sehingga menjadi keunggulan bersaing. Dengan keunggulan bersaing maka perusahaan dapat mencapai tujuannya yaitu mendapatkan laba sebanyak mungkin, oleh karena itu keunggulan bersaing sangat penting bagi perusahaan yang berkeinginan untuk terus mempertahankan usahanya atau bahkan ingin mengembangkan usahanya. Keunggulan bersaing ini dapat dicirikan dengan kualitas produk yang baik, keunikan produk dan harga yang bersaing. Maka perusahaan disebut memiliki keunggulan bersaing jika memiliki salah satu ciri tersebut dan lebih baik jika memiliki ketiga ciri tersebut.

Orientasi kewirausahaan, salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing pun harus dimiliki oleh pengusaha, karena pengusaha yang tidak memiliki orientasi kewirausahaan maka pastilah usahanya tersebut tidak berjalan dengan baik dan bahkan mendapatkan kerugian ataupun samapi gulung tikar. Karena di dalam orientasi kewirausahaan terdapat keinovatifan, proaktif dan keberanian mendapat resiko maka pengusaha harus memiliki ketiga sifat tersebut.

Perusahaan pun harus memperhatikan inovasi produk yang diproduksinya karena bila produk yang dijualnya tidak menarik atau tidak menguntungkan

bagi konsumen maka produk tersebut pasti tidak akan laku di pasaran. Karena dengan inovasi produk berupa keunikan ataupun jenis produk yang benar-benar baru ketika dipasarkan maka posisi produk tersebut akan satu langkah lebih maju dibandingkan produk dari produsen lain.

Oleh karena itu agar perusahaan memiliki competitive advantages (keunggulan bersaing) pengusaha harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing bisa tercapai secara maksimal yang diantaranya adalah orientasi kewirausahaan dan inovasi produk, maka meningkatkan orientasi kewirausahaan dan inovasi produk yang adalah langkah yang harus diambil agar keunggulan bersaing bisa tercapai.

#### 2.2.1 Keterkaitan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing

Ismawanti (2008) dalam Erni Jayaningrum dan brillyanes sanawiri (2018) menyatakan bahwa perusahaan dengan orientasi kewirausahaan dapat mencapai target pasar dan berada di posisi pasar yang lebih depan dibandingkan dengan pesaing mereka.

Orientasi kewirausahaan dapat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing karena beberapa indikator orientasi kewirausahaan yang salah satunya keberanian mengambil resiko, akan sangat berpengaruh pada persaingan bisnis karena dalam keberanian mengambil resiko terdapat kemampuan melihat peluang dan tentu saja pengusaha harus berani untuk mengambil peluang tersebut walaupun beresiko.

Keterkaitan ini didukung Dari hasil penelitian Erni Jayaningrum dan Brillyanes Sanawiri (2018) disimpulkan bahwa Orientasi Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

### 2.2.2 Keterkaitan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Tujuan utama perusahaan melakukan inovasi produk adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan (Han, 1998;35) dalam Putu et al. (2013:65).

Porter (2008) dalam Putu et al. (2013:68) menjelaskan bahwa inovasi produk dapat memperluas pasar dan karenanya meningkatkan pertumbuhan industri dan atau mempertinggi diferensiasi produk. Dengan inovasi produk, perusahaan melakukan pengembangan produk, sehingga dapat menciptakan produk yang mempunyai keunggulan bersaing.

Keterkaitan ini didukung oleh penelitian Putu et al. (2013) dan penelitian Cynthia dan Hendra (2014) dimana inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

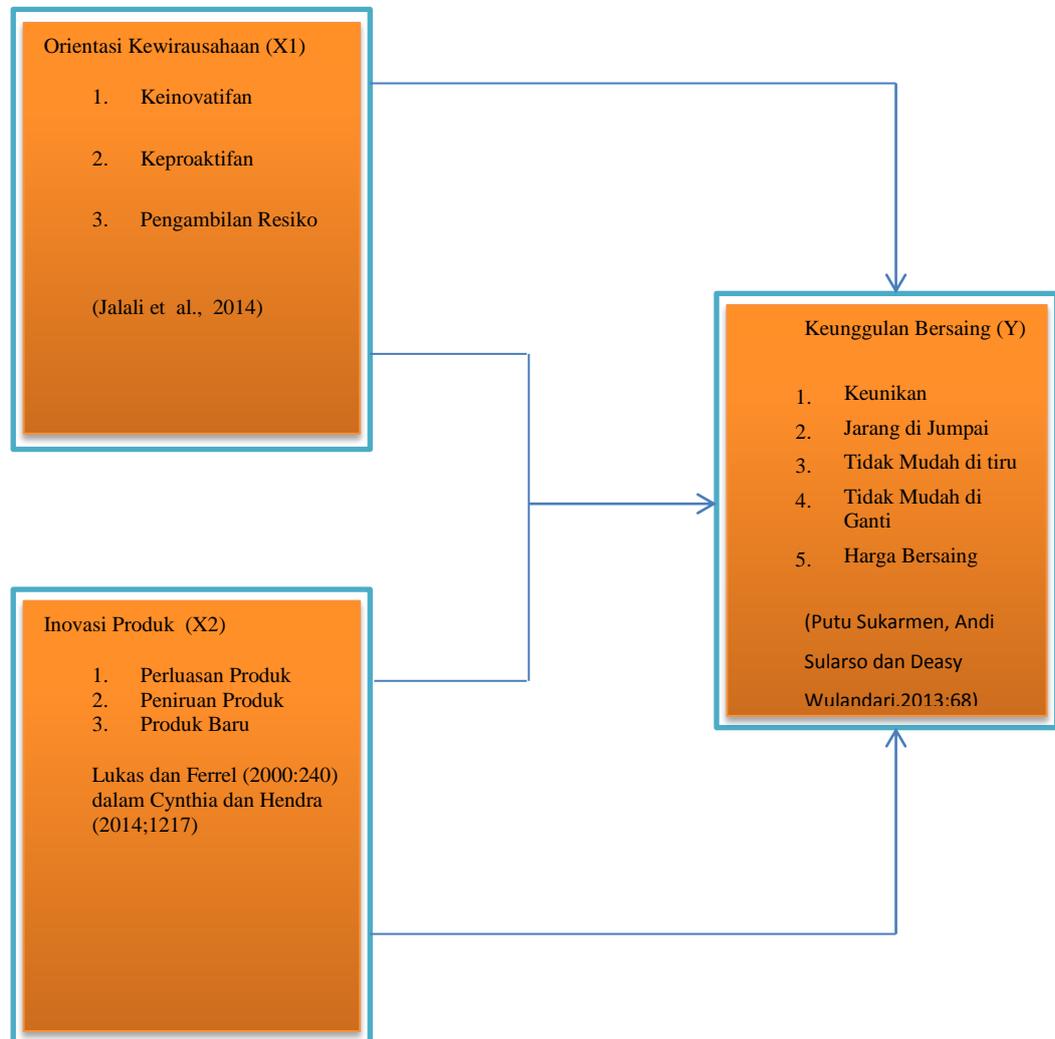
### 2.2.3 Keterkaitan Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Orientasi kewirausahaan dan inovasi produk dapat berpengaruh secara bersamaan terhadap keunggulan bersaing karena kedua variabel tersebut dalam dunia usaha sangatlah diperlukan karena dapat menentukan sebuah perusahaan

dapat unggul dengan perusahaan lain atau tidak. Keterkaitan orientasi kewirausahaan dan inovasi produk secara simultan terhadap keunggulan bersaing dibuktikan oleh penelitian Cynthia dan Hendra (2014) dimana orientasi kewirausahaan dan inovasi produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Keterkaitan orientasi kewirausahaan dan inovasi produk secara simultan terhadap keunggulan bersaing dibuktikan oleh penelitian Iva Yustisia S (2016) dimana orientasi kewirausahaan dan inovasi produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Berikut ini adalah skema paradigma dari penelitian ini :



**Gambar 2.1**

### **Paradigma Penelitian**

#### **2.3 Hipotesis**

Menurut Sugiyono (2011:64) menjelaskan tentang hipotesis sebagai berikut :

“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 fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik”.

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 :

Sub Hipotesis :

1.  $X1 > Y$

Variabel Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing

2.  $X2 > Y$

Variabel Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing

Hipotesis Utama :

1.  $X1 \text{ dan } X2 > Y$

Terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing.