

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Inovasi Produk

2.1.1.1 Pengertian Inovasi Produk

Bagi setiap perusahaan perlu untuk melakukan beberapa inovasi terkait produknya serta kinerja untuk dapat mensukseskan sebuah perusahaan, dengan demikian perusahaan mendapatkan ciri khas khusus dimata para pelanggan terkait inovasi produk serta inovasi lainnya. Inovasi sendiri didefinisikan sebagai mengambil ide-ide kreatif dan mengubahnya menjadi produk atau metode kerja yang berguna (Robbins & Coulter, 2016).

Dalam berbisnis pengusaha perlu mempunyai berbagai macam cara untuk perusahaan tersebut bertahan serta mencapai tujuan yang sudah ditargetkan oleh perusahaan sehingga perusahaan tersebut dapat dibilang sukses. Dalam suatu usaha bisnis yang mampu membuat inovasi maka usaha tersebut dapat memimpin dan memperkecil kemungkinan kompetitor untuk melakukan inovasi lebih awal. Maka dari itu pebisnis harus menyiapkan startegi inovasi terhadap usaha bisnisnya agar dapat menciptakan keunggulan dari pesaing. Menurut (Utaminingsih, 2016), inovasi yang berkelanjutan dalam suatu perusahaan merupakan kebutuhan mendasar yang akan mampu menciptakan keunggulan kompetitif. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Djojjobo & Tawas, 2014), (Nurtiah, 2016). Sedangkan menurut (Putu S, Andi S, dan Deasy W 2013) mengemukakan pendapatnya mengenai inovasi yaitu : “inovasi berarti mengamati konsumen untuk menemukan dan memuaskan konsumennya dengan memberikan produk yang baru. Dengan menciptakan inovasi, sebuah produk dapat memiliki posisi strategis di pasar, memiliki life cycle yang lebih panjang, dan dapat menahan serangan dari para pesaing” dan menurut Santy dkk. (2013) mengungkapkan bahwa “Inovasi adalah

kemampuan mengaplikasikan kreativitas dalam rangka memecahkan masalah dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan”.

Dalam penjelasan diatas dapat kita simpulkan bahwa inovasi untuk berbisnis dalam sebuah perusahaan adalah hal yang penting untuk menuju jalan kesuksesan perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat bertahan dari para pesaing serta mencapai tujuan yang sudah ditentukan oleh perusahaan sehingga perusahaan tersebut membuat tujuan baru untuk lebih mensukseskan perusahaan mereka sendiri.

2.1.1.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Inovasi Produk

Menurut Li (1998) dalam D Sondari, MS Maaariff, dan Y Ackerman (2013) faktor yang mempengaruhi cepat atau lambatnya suatu inovasi diadopsi atau ditolak tergantung pada para anggota suatu sistem social menghayati lima karakteristik inovasi yang meliputi sebagai berikut:

1. Relative advantage (keuntungan relatif)
2. Compatibility (keserasian)
3. Complexity (kerumitan)
4. Trialability (kemungkinan dicoba)
5. Observability (kemungkinan diamati)

Hal tersebut sangat menentukan tingkat suatu adopsi dari pada faktor lain seperti jenis keputusan, saluran komunikasi, sistem sosial dan usaha yang intensif dari agen perubahan.

2.1.1.3 Indikator Inovasi

Menurut Lucas and Farrel (2000, p. 217) dalam Hapsawati (2017) mendefinisikan bahwa inovasi produk sebagai proses dalam membawa teknologi yang baru untuk ditanggap. Inovasi produk dapat dipisahkan menjadi tiga indikator dasar yaitu:

- Perluasan Produk

Perluasan Produk (line extensions) Perluasan produk merupakan produk yang masih familiar bagi organisasi bisnis tetapi baru bagi pasar

- **Peniruan Produk**

Peniruan Produk (me-too products) Peniruan produk merupakan produk yang dianggap baru oleh bisnis tetapi familiar dengan pasar.

- **Produk Baru**

Produk Baru (new-to-the-world products) Produk baru merupakan produk yang dianggap baru baik oleh bisnis maupun oleh perusahaan.

2.1.2 Orientasi Kewirausahaan

2.1.2.1 Pengertian Orientasi Kewirausahaan

Dalam memulai bisnis pelaku usaha harus memberanikan diri dalam segala pengambilan keputusan dengan cepat walaupun dalam pengambilan keputusan tersebut berisikan beberapa resiko bagi pelaku usaha baik itu resiko untuk keberhasilan ataupun resiko kegagalan. Kedua hal tersebut perlu dihadapi oleh pelaku usaha demi menjalankan bisnis serta mempertahankan bisnis tersebut. Maka dengan demikian kita memerlukan pengetahuan tentang usaha berbisnis dan orientasi kewirausahaan untuk menjalankan bisnis dan mempertahankannya. Menurut (Sudarsono, 2015) Orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumberdaya untuk mencari peluang menuju kesuksesan. Sejauhmana organisasi mampu mengidentifikasi serta mengeksplorasi kesempatan yang ada dan yang belum dimanfaatkan merupakan cerminan orientasi kewirausahaan (Nuvriasari, 2012).

Orientasi kewirausahaan menjadi salah satu factor penting bagi pelaku usaha untuk mengetahui bagaimana cara untuk mengambil beberapa keputusan , dan proses dalam melakukan bisnis tersebut. Dalam hal ini kita mengetahui bahwa orientasi kewirausahaan ini mempunyai beberapa aspek terkait inovasi, bersikap proaktif dan berani mengambil resiko serta pengambilan keputusan dengan baik. Dalam tiga (3) hal tersebut kita perlu memahami semuanya demi mendapatkan pengetahuan tentang orientasi kewirausahaan.

Menurut Ndubisi dan Iftikhar (2012) menyatakan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel orientasi kewirausahaan yaitu pengambilan risiko (risk taking) dan proaktif terhadap inovasi. Wang et al. (2015) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan

dengan ketiga aspek yaitu risk taking, proaktif, dan inovatif signifikan sebagai penggerak inovasi, karena ketiga aspek tersebut dianggap mampu berkolaborasi dengan inovasi dalam menciptakan peluang yang unik untuk kelangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan,

Dalam penjelasan diatas dapat kita simpulkan bahwa orientasi kewirausahaan ini penting bagi seluruh pelaku usaha demi mendorong pikiran dengan baik dan bijak dalam pengambilan keputusan bagi perusahaan. Dengan demikian dalam hal bersikap proaktif adalah beripikir terlebih dahulu sebelum mengambil sebuah keputusan, lalu dengan inovasi kita memerlukan untuk dalam keunggulan bersaing dengan para pesaing lainnya, dan yang terakhir dalam pengambilan keputusan resiko untuk keberhasilan ataupun kegagalan bagi perusahaan pelaku usaha perlu memahami apa itu orientasi kewirausahaan serta apa itu manajemen resiko.

2.1.2.2 Ciri – Ciri Orientasi Kewirausahaan

Untuk menjadi wirausahawan yang handal maka harus memiliki karakteristik kewirausahaan tertentu, berikut ciri dan sifat kewirausahaan yang dikemukakan oleh Eddy Soeryanto Soegoto (2009:6):

Tabel 2. 1
Ciri dan Sifat Kewirausahaan

Ciri	Sifat
Percaya Diri	Keyakinan, kemandirian, individualisme, optimism
Berorientasi pada tugas dan hasil	Kebutuhan akan berprestasi, berorientasi laba, ketekunan, dan ketabahan, tekad yang kuat, bekerja keras, energik dan memiliki inisitaif
Pengambilan resiko dan suka tantangan	Kemampuan mengambil resiko dan suka tantangan
Kepemimpinan	Berjiwa pemimpin, bergaul dengan orang lain, suka terhadap saran dan kritik yang membangun
Keorisinilan	Memiliki inovasi dan kreativitas tinggi, fleksibel, serba bias dan memiliki jaringan bisnis yang luas

Berorientasi ke masa depan	Persepsi dan pandangan yang berorientasi ke depan
Jujur dan tekun	Mengutamakan kejujuran dalam bekerja dan tekun dalam menyelesaikan pekerjaan

Sumber : Eddy Soerryanto Soegoto (2009:06)

2.1.2.3 Indikator Orientasi Kewirausahaan

Indikator orientasi kewirausahaan menurut (Lumpkin & Dess,2001;Kobia & Sikalich, 2010). yaitu sebagai berikut :

- Proaktif

Sikap proaktif mengacu pada perspektif forward looking (cara pandang ke depan) dalam pengambilan inisiatif dengan mengantisipasi dan mengejar peluang baru dan berpartisipasi dalam pasar yang muncul (Lumpkin dan Dess, 1996) dalam (M. Wandra Utama, 2009:59). Proaktif adalah penting karena menyiratkan pendirian untuk melihat kedepan (forward looking) yang disertai dengan aktivitas yang inovatif atau spekulasi baru dan lawan konseptual proaktif adalah kepasifan(ketidakmampuan meraih kesempatan) (Lumpkin dan Dess, 1996) dalam Perminas Pangeran (2012:5)

- Risk Taking (Pengambilan Resiko)

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 (Lumpkin dan Dess, 1996:140-149) dalam (Cynthiaan Hendra,2014:1216)

2.1.3 Keunggulan Bersaing

2.1.3.1 Pengertian Keunggulan Bersaing

Untuk melakukan usaha kita memerlukan keunggulan tersendiri terhadap produk yang akan kita jual, dalam usaha ini pasti ada pesaing yang memulai sebuah bisnis terlebih dahulu sebelum kita memulainya, dengan demikian kita memerlukan beberapa keunggulan terkait produk, dengan cara menggunakan beberapa inovasi terhadap usaha serta produk dan mempunyai pengetahuan tentang berbisnis dan kewirausahaan, serta

memahami apa arti dari kata orientasi kewirausahaan supaya bisnis kita dapat tetap berjalan.

Bagi pelaku usaha dalam hal keunggulan bersaing adalah salah satu factor penting untuk kesuksesan sebuah perusahaan dikarenakan perusahaan tersebut mempunyai kelebihan atau keunggulan lebih yang tidak dimiliki oleh para pesaing dan diminati oleh banyak pelanggan. Dengan demikian keunggulan bersaing ini adalah hal penting yang perlu diperhatikan oleh setiap pelaku usaha. Dalam Keunggulan bersaing dinyatakan sebagai sekumpulan faktor yang membedakan perusahaan kecil dari para pesaingnya dan memberikan posisi yang unik di pasar sehingga lebih unggul dari para pesaingnya (Slamet, Tunjungsari, & Ie, 2014)

Menurut Bharadwaj (dalam Victor, 2018) mengatakan bahwa: "Keunggulan bersaing dapat berasal dari berbagai aktivitas perusahaan seperti dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan, dan mendukung produknya dan diarahkan guna mendukung penciptaan kinerja perusahaan yang berbiaya rendah dan memiliki perbedaan (diferensiasi) dengan produk lain". Sementara menurut (Heri Setiawan, 2012) berpendapat bahwa "Keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya". "Perusahaan mengalami keunggulan bersaing ketika tindakan-tindakan dalam suatu industri atau pasar menciptakan nilai ekonomi dan ketika beberapa perusahaan yang bersaing terlibat dalam tindakan serupa." (Barney, 2010:9). Menurut Santy dan Ihsan (2018) "Keunggulan bersaing merupakan hasil dari penerapan strategi yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Dan sedangkan menurut . (Saiman,2014:128) " Keunggulan bersaing diharapkan mampu untuk mencapai laba sesuai rencana, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta melanjutkan kelangsungan hidup suatu usaha

Dari pengertian mengenai keunggulan bersaing menurut para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing merupakan strategi yang dibuat oleh sebuah perusahaan pada aktivitas perusahaannya dengan tujuan agar produk yang dihasilkan memiliki perbedaan dengan produk pesaing sehingga perusahaan tersebut memiliki keunggulan

terhadap perusahaan pesaing.(Tahir, Pasda, & Widhi, 2018) menyatakan bahwa keunggulan bersaing dipengaruhi secara signifikan oleh variabel inovasi dan orientasi kewirausahaan..

2.1.3.2 Sumber – Sumber Keunggulan Bersaing

Menurut (David, 2011:108) dalam Chintia Vanessa Djodjobo’Hendra N Tawas (2014:1214-1224)

Persaingan antara perusahaan mengalami peningkatan dalam kondisi:

1. Banyaknya usaha yang bersaing
2. Ukuran serupa dari usaha yang bersaing
3. Kapabilitas yang serupa dari usaha yang bersaing
4. Penurunan permintaan produk industry
5. Turunnya harga produk/ jasa di industry
6. Ketika konsumen dapat beralih merek dengan mudah
7. Ketika hambatan untuk meninggalkan pasar tinggi
8. Ketika hambatan untuk memasuki pasar rendah
9. Ketika biaya tetap tinggi di antara perusahaan yang bersaing
10. Saat produk dapat dihancurkan
11. Ketika saingan memiliki kelebihan kapasitas
12. Ketika permintaan konsumen turun
13. Ketika saingan memiliki kelebihan persediaan
14. Ketika saingan menjual produk / jasa serupa
15. Ketika merger menjadi hal umum di industri

Menurut Ma (2004) Rika dalam Devi Kurniasari (2017) terdapat beraneka kekuatan dan faktor yang menentukan, baik lingkungan, organisasi ataupun personal yang berperan dalam menentukan keunggulan bersaing dari perusahaan. Faktor-faktor dan kekuatan tersebut berinteraksi baik dan saling mempengaruhi serta mendorong perusahaan untuk melakukan terobosan inovatif baik dari sisi struktur organisasi, proses, budaya perusahaan dan teknologi serta sumber daya manusianya. Ma juga menjabarkan

bahwa terdapat empat dimensi yang berpengaruh agar perusahaan dapat memiliki keunggulan bersaing yang disebut dengan konsep “4 C Framework”:

1. Kreasi dan inovasi; mencakup produk dan pasar yang akan dimasuki, struktur organisasi yang efektif, budaya perusahaan yang superior serta sumber daya manusia yang kreatif.
2. Kerjasama; mencakup pemusatan sumber daya, sharing complementary, belajar dari partner yang lebih berpengalaman, membentuk aliansi, dan pembobotan pilihan-pilihan.
3. Co-option; meliputi tacit collusion, enticing the third party, lobbying the government, placating stakeholder serta co-opting customer.
4. Competition; berupa timing and positioning, pre - emption, direct attack, flanking attack, encirclement serta concentration.

2.1.3.3 Karakteristik Perusahaan yang Memiliki Keunggulan Bersaing

Menurut pendapat Glueck et al. (1987) dalam GL. Hery Prasetya (2008:35), suatu perusahaan dikatakan memiliki keunggulan bersaing jika mempunyai karakteristik sebagai berikut:

1. Kompetensi khusus, misalnya mempunyai produk dengan mutu yang lebih baik, mempunyai saluran distribusi yang lebih lancar, penyerahan produk yang lebih cepat, mempunyai merk produk lebih terkenal.
2. Menciptakan persaingan tidak sempurna. Dalam persaingan sempurna, setiap perusahaan dapat masuk dan keluar pasar dengan mudah sehingga perusahaan yang ingin mencari keunggulan bersaing harus keluar dari pasar persaingan sempurna.
3. Keberlanjutan, artinya keunggulan bersaing harus dapat berlanjut dan tidak terputus-putus.
4. Cocok dengan lingkungan eksternal. Lingkungan eksternal memberikan peluang dan ancaman kepada perusahaan yang saling bersaing. Oleh

karena itu suatu keunggulan bersaing tidak hanya melihat kelemahan pesaing, namun juga harus memperhatikan kondisi pasar.

5. Laba yang diperoleh lebih tinggi daripada rata-rata laba perusahaan lain

2.1.3.4 Indikator Keunggulan Bersaing

Indikator Keunggulan Bersaing Porter (1990) dalam Heri Setiawan (2012:14):

- Keunikan produk adalah keunikan produk perusahaan sehingga membedakannya dari produk pesaing atau produk umum dipasaran.
- Kualitas produk adalah kualitas dari produk yang berhasil diciptakan oleh perusahaan.
- Harga bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk dengan harga yang mampu bersaing dipasaran.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 2
Penelitian Terdahulu

NO	Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Inda Lestari, Miguna Astuti dan Hariyanto Ridwan P-ISSN 2527-7502 E-ISSN 2581-2165 Vol.4, No.1 Februari 2019: 111 – 118	Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner	Variabel inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap daya saing kuliner SMEC. Dan, Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap daya saing kuliner SMEC.	Judul (Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing UMKM)	Tempat penelitian (UMKM Kuliner)

2	<p>Adinda Fauziyah Djayaningrat, I Putu Gede Sukaatmadja, dan Ni Nyoman Kerti Yasa</p> <p>ISSN : 2302-8912</p> <p>Vol. 6, No. 9, 2017: 4978-5004</p>	<p>Peran Inovasi Produk Memediasi Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran IMK Sektor Industri Makanan Kota Denpasar</p>	<p>. Variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi produk dan kinerja pemasaran. variabel inovasi produk juga berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemasaran.</p>	<p>Meneliti tentang Orientasi Kewirausahaan</p>	<p>Membahas tentang Inovasi dan Keunggulan Bersaing</p>
3	<p>Cynthia Vanessa Djodjobo, dan Hendra N. Tawas</p> <p>ISSN 2303-1174</p> <p>ol.2 No.3 September 2014, Hal. 1214-1224</p>	<p>Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado</p>	<p>Variabel orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, orientasi</p>	<p>Meneliti tentang Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing</p>	<p>Membahas Kinerja Pemasaran</p>

			<p>kewirausahaan dan inovasi produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.</p>		
4	<p>IA Cynthia Saisaria Mandasari</p> <p>ISSN Print: 2654-816X and ISSN Online: 2654-815</p> <p>Volume 2, Nomor 2, Agustus 2020; pp. 56-62</p>	<p>Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Mikro Kecil Makanan di Kota Denpasar)</p>	<p>Variabel orientasi kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemasaran. Inovasi produk secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemasaran. Variabel orientasi</p>	<p>Meneliti tentang Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan</p>	<p>Membahas tentang Keunggulan Bersaing</p>

			<p>kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kinerja pemasaran..</p>		
5	<p>Akhmad Nasir</p> <p>ISSN : 2089-0532 PRINT</p> <p>ISSN : 2548-6152 ONLINE</p> <p>Vol, 05, No,1 (2017)</p>	<p>Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel Di Kabupaten Pasuruan</p>	<p>Strategi pemasaran yang diharapkan perusahaan adalah bagaimana untuk meningkatkan jumlah penjualan produk sesuai target. Strategi yang dibuat oleh perusahaan diarahkan untuk menghasilkan kinerja, terutama kinerja pemasaran. Pada perusahaan besar inovasi produk sudah menjadi strategi pasar yang berkelanjutan sesuai kebutuhan guna mempertahankan</p>	<p>Membahas tentang Inovasi</p>	<p>Membahas Orientasi Kewirausahaan serta Keunggulan Bersaing melainkan membahas Kinerja Pemasaran</p>

			kinerja pemasaran		
6	Rita Indah Mustikowati, dan Irma Tysari Vol. 10 No. 01 (2014) : Februari	Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada UKM Sentra Kabupaten Malang)	Variabel inovasi terhadap kinerja perusahaan, dan mengetahui pengaruh langsung dari strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh secara langsung dan positif terhadap kinerja perusahaan.	Meneliti Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan	Membahas Strategi Bisnis
7	Heri Setiawan ISSN : 2085- 1375 Edisi : VIII (November, 2012)	Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil Di Kota Palembang	Secara simultan orientasi pasar, orientasi teknologi dan inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan pengaruhnya terhadap Keunggulan Kompetitif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial orientasi pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap	Meneliti tentang inovasi dan keunggulan bersaing	Membahas orientasi kewirausahaan

			Keunggulan Kompetitif. Orientasi teknologi tidak berpengaruh signifikan pengaruhnya terhadap Keunggulan Kompetitif. Inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap Competitive Keuntungan		
8	Ni Putu Ayu Aditya Wedayanti, I Gusti Ayu Ketut Giantari ISSN : 2302 – 8912, Vol.5 No I (2016)	Peran Pendidikan Kewirausahaan dalam Memediasi Pengaruh Norma Subyektif terhadap Niat Berwirausaha	Kejelasan mengenai tujuan pendidikan kewirausahaan” memiliki nilai indikator terendah, maka dari itu kejelasan mengenai pendidikan kewirausahaan harus diperjelas lagi baik itu dari mata kuliah yang ditawarkan, dan seminar-seminar maupun mata kuliah	Meneliti tentang kewirausahaan	Membahas tentang Pengaruh Norma Subyektif terhadap Niat Berwirausaha

			<p>kewirausahaan yang tidak hanya sebatas teori saja tetapi juga harus diikuti dengan pembelajaran keterampilan dilapangan agar mahasiswa mempunyai niat untuk menjadi wirausaha muda “</p>		
9	<p>Marissa Claudya, Wan Suryani, dan Tohap Parulian ISSN : (ONLINE) Vol. 1, No. 2 (2020)</p>	<p>Pengaruh Sistem Pemasaran Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Inovasi Pada UKM Kuliner Kota Medan</p>	<p>Peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh sistem pemasaran kewirausahaan yang difokuskan pada usaha kecil dan menengah terhadap pembentukan inovasi dan keunggulan bersaing dimana pemasaran kewirausahaan berperan dalam inovasi serta pemasaran kewirausahaan</p>	<p>Meneliti tentang inovasi, kewirausahaan dan keunggulan bersaing</p>	<p>Meneliti tentang system pemasaran</p>

			<p>terhadap keunggulan bersaing dan inovasi memiliki peran. yang mempengaruhi keunggulan kompetitif. Hasil penelitian ini menunjukkan hipotesis pertama terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara pemasaran kewirausahaan dan inovasi.</p>		
10	<p>Ernani Hadiyati e-ISSN : 2477-0574 p-ISSN : 2477-3824 Vol 1, No. 03 (2012)</p>	<p>Kreativitas dan Inovasi Pengaruhnya Terhadap Pemasaran Kewirausahaan Pada Usaha Kecil</p>	<p>Variabel kreativitas dan inovasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap entrepreneurial marketing. kreativitas dan inovasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap entrepreneurial</p>	<p>Meneliti tentang inovasi dan kewirausahaan</p>	<p>Meneliti tentang kreativitas terhadap pemasaran</p>

			marketing. Ketiga, kreativitas adalah pengaruh dominan terhadap pemasaran kewirausahaan		
--	--	--	---	--	--

2.3 Kerangka Pemikiran

UMKM merupakan usaha yang mampu tetap bertahan meski suatu negara berada dalam keadaan krisis ekonomi. Pemerintah juga memberikan perhatian khusus pada pembangunan UMKM di Indonesia. Sentra industri merupakan usaha mikro kecil menengah yang sering dijumpai, ada banyak sentra di Bandung diantaranya sentra boneka di Kopo Sayati, sentra jeans Cihampelas, sentra sepatu di Cibaduyut dan masih banyak lagi.

Untuk membuat usaha yang mampu bersaing tentu dibutuhkan kemampuan dari pelaku usaha untuk membuat produk yang dihasilkannya mampu menarik perhatian calon konsumen. Baik itu dalam segi pengembangan produknya maupun dari kemampuan pelaku usaha melihat peluang dan mengatur organisasinya atau perusahaannya untuk menuju tujuan perusahaan.

Keunggulan bersaing merupakan salah satu hal penting dalam meningkatkan bisnis pelaku usaha, demi meningkatkannya pelaku usaha disini perlu memahami apa arti orientasi kewirausahaan dan inovasi. Keunggulan bersaing merupakan cara suatu perusahaan untuk dapat bertahan melawan para pesaing lainnya dan menjadi pemimpin usaha di sector industry kerajinan sepatu.

Para pelaku usaha di sentra sepatu Cibaduyut masih terbilang banyak yang mengalami kesalahan dalam menjalankan strategi - strategi usahanya, sehingga mereka harus lebih memahami dan meningkatkan tentang inovasi dan orientasi kewirausahaan agar mampu bertahan untuk mencapai tujuan, hingga akhirnya dalam keunggulan bersaing mereka akan berada dipuncak dibandingkan dengan para pesaing lainnya. Peningkatan ini diharapkan akan mampu menarik banyak perhatian bagi para pelanggan yang sudah loyal maupun potensial dan memenangkan persaingan dengan pelaku usaha

yang lain. Tidak hanya itu, selain pelaku usaha yang terjun demi menaikkan ekonomi masyarakat pemerintahpun juga harus mampu merancang berbagai macam pelatihan yang dapat dihubungkan dengan pelaku bisnis utamanya disektor industri kerajinan sepatu agar lebih mampu untuk mengembangkan produk-produk menjadi lebih baik lagi.

2.3.1 Hubungan Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing

Inovasi merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaing. Munculnya inovasi pada dasarnya adalah memenuhi kebutuhan, keinginan, serta permintaan konsumen sehingga inovasi produk merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan kompetitif bagi suatu industri. Suatu industri yang telah melakukan inovasi produk secara kontinyu berarti industri tersebut mempunyai nilai tambah dibenak konsumennya dibanding para pesaing.

Dengan demikian bisnis tersebut mendapatkan konsumen potensial maupun konsumen yang loyal terhadap perusahaan. Inovasi disini menjadi salah satu hal penting untuk memperkenalkan produk-produk apa saja yang kita jual dengan mempunyai ciri khas tersendiri dibandingkan dengan produk pesaing, dengan demikian produk tersebut mendapatkan perhatian konsumen, dan perusahaan mendapatkan hasil yang memuaskan dengan berada dipuncak penjualan teratas. 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

Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Samad et al., (2015) yang berjudul “ Innovation and Competitive Advantage: Moderating Effects of Firm Age in Foods Manufacturing SMEs in Malaysia “. Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan mengenai inovasi produk dan keunggulan bersaing dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh inovasi terhadap keunggulan kompetitif pada UKM manufaktur makanan di Malaysia efek moderat dari usia perusahaan terhadap inovasi-hubungan keunggulan kompetitif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing mempunyai pengaruh positif yang signifikan.

2.3.2 Hubungan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing

Orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing memiliki hubungan yang positif signifikan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi orientasi kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha, maka akan semakin tinggi pula peringkat yang berada di atas pesaing lain. Temuan ini memberikan kontribusi pada para pelaku usaha sektor industri pengrajin sepatu agar senantiasa meningkatkan orientasi kewirausahaannya agar mampu bertahan dan melawan kerasnya pesaing supaya perusahaan mendapatkan hasil yang maksimal.

Menurut Porter (2008) dalam Erni Jayaningrum dan Brillyenes Sanawiri (2018) mendefinisikan dalam penelitiannya bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing, mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam marketplace yang sama. Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong kearah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil keputusan.

2.3.3 Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing

Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Untuk memulai usaha kita harus memberanikan diri dalam berbisnis karena

disaat berbisnis kita akan selalu menghadapi suatu masalah terkait bisnis kita, walaupun ada masa sulit dan masa senggang dalam berwirausaha kita tetap tidak boleh lengah dikarenakan didunia ini kita tidak berbisnis sendiri saja, melainkan ada orang lain atau pesaing yang berbisnis yang sama dengan kita. Oleh karena itu kita memerlukan sebuah inovatif supaya perusahaan dapat bertahan dengan adanya persaingan ketat terhadap pesaing baru maupun pesaing lama. Untuk terus mengembangkan usaha yang dijalankan, perlu dikembangkannya kreativitas dan inovasi produk agar konsumen tidak merasa jenuh dan bosan. Karena kreatif merupakan salah satu factor kunci untuk bertahan dalam suasana bisnis yang kompetitif (Raeny Dwi Santy dan Arjuna Rizaldi : 2016). Kreativitas dilandasi oleh cara berpikir yang maju, penuh dengan gagasan-gagasan baru yang berbeda dengan produk-produk yang telah ada di pasar, sedangkan inovasi merupakan kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka pemecahan masalah dan dapat menemukan peluang untuk mengembangkan produk yang sudah ada (Ernani, 2011:10) dan (Raeny Dwi Santy: 2013) Selain inovatif pelaku usaha pasti membutuhkan yang namanya pengetahuan, pengetahuan untuk bertahan, menjalankan, serta untuk mencapai tujuan perusahaan itu. Pengetahuan tersebut ada berbagai macam, dari manajemen pengetahuan, manajemen resiko, orientasi kewirausahaan dan masih banyak lainnya. Orientasi kewirausahaan sangat penting bagi pelaku usaha dikarenakan orientasi kewirausahaan itu merupakan tiga(3) aspek yang terdiri dari inovatfi, sikap proaktif dan yang terakhir berani mengambil resiko yang dihadapi. Dengan kedua variable tersebut kita dapat mengunggulkan perusahaan kita untuk berada dipuncak pasar, dengan penjualan tertinggi dibandingkan dengan pesaing lain. Dengan demikian Inovasi dan Orientasi Kewirasuhaan dapat meningkatkan peluang sukses dalam suatu perusahaan apabila pelaku usaha dapat memaksimalkan kedua (2) variable tersebut.

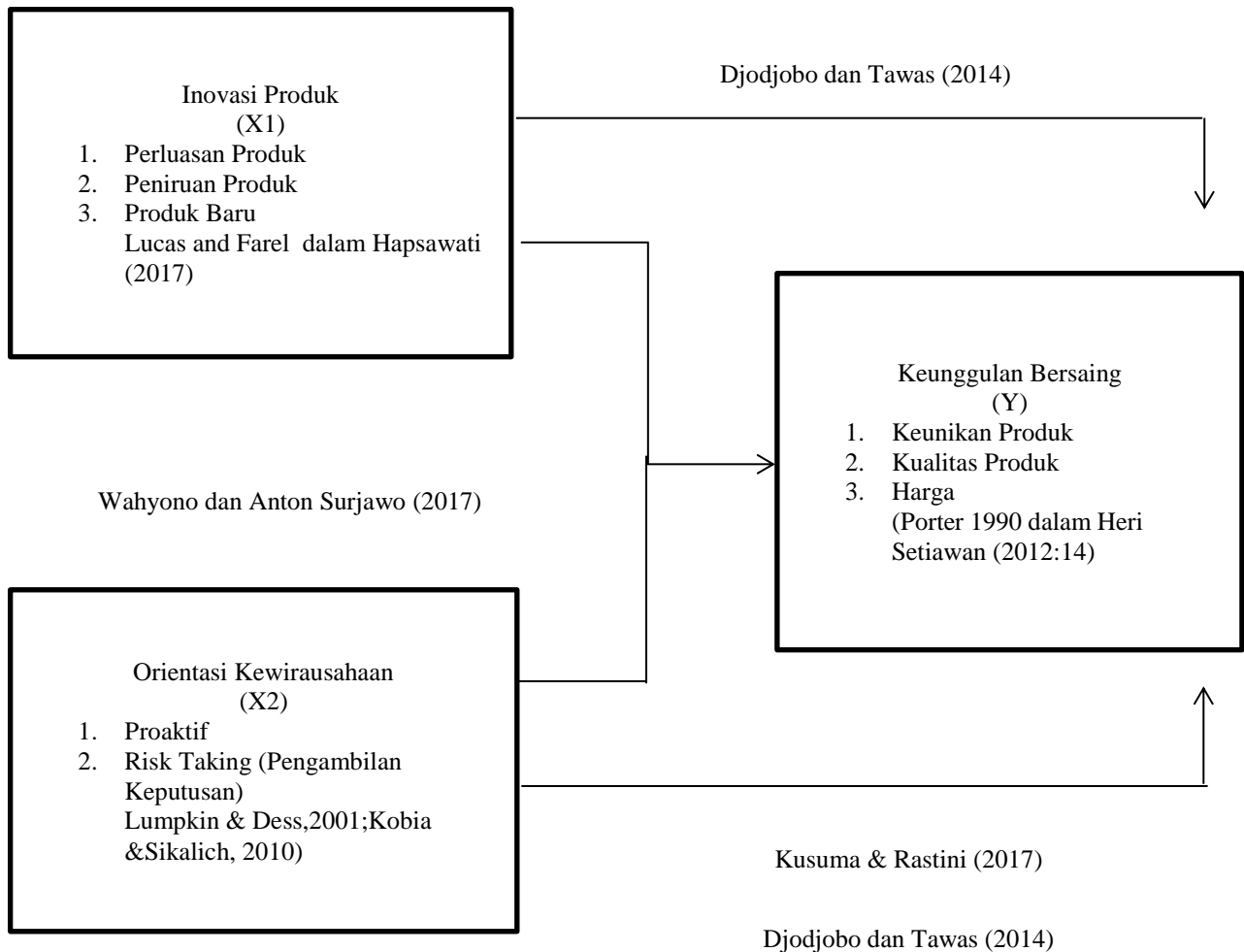
Inovasi sendiri didefinisikan sebagai mengambil ide-ide kreatif dan mengubahnya menjadi produk atau metode kerja yang berguna (Robbins & Coulter, 2016). Suatu usaha bisnis yang mampu membuat inovasi maka usaha tersebut dapat memimpin dan memperkecil kemungkinan kompetitor untuk melakukan inovasi lebih awal. Maka dari

itu pebisnis harus menyiapkan strategi inovasi terhadap usaha bisnisnya agar dapat menciptakan keunggulan dari pesaing. Menurut (Utaminingsih, 2016), inovasi yang berkelanjutan dalam suatu perusahaan merupakan kebutuhan mendasar yang akan mampu menciptakan keunggulan kompetitif. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Djojjobo & Tawas, 2014), (Nurtiah, 2016), Menurut (Trustorini Handayani, 2018) loteng perusahaan pemilik keluarga, penghindaran risiko perilaku muncul ketika risiko yang melekat pada produk baru lebih tinggi dari ambang batas yang fasilitas pemeliharaannya dari kontrol perusahaan, dan (Tahir, Pasda, & Widhi, 2018) menyatakan bahwa keunggulan bersaing dipengaruhi secara signifikan oleh variabel inovasi. Lebih lanjut, Keunggulan bersaing adalah perbedaan antara nilai dan biaya produksi barang atau jasa dibandingkan dengan pesaing. Jika nilai ekonomi yang diciptakan lebih besar dari nilai pesaingnya, perusahaan memiliki keunggulan kompetitif keuntungan; jika nilai ekonominya sama dengan pesaing, perusahaan memiliki keseimbangan kompetitif; jika nilai ekonomi lebih rendah dari perusahaan pesaing, perusahaan memiliki kelemahan bersaing, (Muhammad Iffan, 2019) dan keunggulan bersaing dinyatakan sebagai sekumpulan faktor yang membedakan perusahaan kecil dari para pesaingnya dan memberikan posisi yang unik di pasar sehingga lebih unggul dari para pesaingnya (Slamet, Tunjungsari, & Ie, 2014). Dengan demikian, SDM yang memahami dan memiliki kemampuan kewirausahaan akan memiliki keunggulan dalam menghadapi faktor internal dan eksternal perusahaan, sehingga lebih mampu mengelola faktor-faktor tersebut menjadi strategi yang bermanfaat bagi perusahaan agar terdapat perubahan yang memberi diferensiasi dibanding kompetitor. Sehingga orientasi kewirausahaan akan berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan dalam bersaing (Usvita, 2015); (Fatmawati, Prad hanawati, & Ngatno, 2016); (Zeebaree & Siron, 2017); (Sirivanh, Sukkabot, & Sateeraroj, 2014).

Dalam penjelasan diatas dapat kita simpulkan dalam berwirausaha itu memerlukan pengetahuan untuk dapat bertahan dalam menjalankan usaha, selain pengetahuan kita juga memerlukan modal untuk memulainya. Setelah semua itu dilakukan dalam suatu

perusahaan pastinya mempunyai sebuah ciri khas tersendiri dalam produk yang dikembangkannya dengan catatan perusahaan mendapatkan tingkat puncak dalam pasar terkait penjualannya. Dalam hal Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing menunjukkan pengaruh positif dan signifikan yang berasal dari inovasi, orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing.

2.4 Paradigma Penelitian



Gambar 2. 1

Paradigma Penelitian Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan terhadap keunggulan Bersaing

2.5 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017;99-102), Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu dan kerangka konseptual yang telah diuraikan, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H1 : Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi.

H2 : Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

H3 : Inovasi dan Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.