

KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI IMPLIKASI DARI ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK PADA UKM KUE MOCHI DI KOTA SUKABUMI

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

Oleh :

Mira Kartika Setiani ¹, Dwi Kartini ²

Email: mirakartikasetiyani@gmail.com¹, dwi.kartiniy@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan dalam mengetahui orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan keunggulan bersaing serta bermaksud mengetahui implikasi dari orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing baik secara parsial maupun simultan pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi. Metode Penelitian ini yang digunakan yaitu deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan data yang digunakan yaitu data primer yang diambil dengan menyebar kuisioner dan wawancara kepada pengusaha dan sekunder Observasi tidak langsung menggunakan data pelaku UKM Kue Mochi Di kota Sukabumi yang diambil dari Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kota Sukabumi. Metode penarikan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh atau sensus terdiri dari 33 responden. Rancangan analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, koefisien korelasi, dan analisis koefisien determinasi, sedangkan pengujian hipotesis menggunakan uji T dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden cukup berorientasi kewirausahaan dan cukup berinovasi produk serta cukup unggul dalam bersaing. Sedangkan analisis secara verifikatif menunjukkan bahwa terdapat implikasi antara orientasi kewirausahaan dan inovasi produk pada keunggulan bersaing baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci : Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing

ABSTRACT

This research aims to determine entrepreneurial orientation, product innovation and competitive advantage and intends to know the implications of entrepreneurial orientation and product innovation on competitive advantage both partially and simultaneously on Mochi Kue UKM in Sukabumi City. This research method used is descriptive and verification with a quantitative approach. While the data used are primary data taken by distributing questionnaires and interviews to entrepreneurs and secondary observations indirectly using data of Mochi Cake SMEs in Sukabumi city taken from the Department of Cooperatives, SMEs, Industry and Trade of Sukabumi City. The sampling method used is saturated or census sampling consisting of 33 respondents. The analysis design used is multiple regression analysis, correlation coefficient, and analysis of the coefficient of determination, while testing the hypothesis using the T test and F test. The results of this study show that respondents are quite oriented entrepreneurship and enough to innovate products and feel quite superior in competing. while the verification analysis shows that there is a positive influence between entrepreneurial orientation and product innovation on competitive advantage either partially or simultaneously.

Keywords: Entrepreneurship Orientation, Product Innovation, Competitive Advantage

Pendahuluan

Pada saat ini perkembangan usaha disektor industri kuliner sangat pesat sekali perkembangannya, mulai dari makanan tradisional sampai makanan modern sangat berkembang seiring dengan persaingan usaha yang semakin kompetitif..Badan Ekonomi Kreatif mencatat bahwa pesatnya perkembangan dari kuliner ini ternyata memberikan kontribusi yang besar bagi PDB ekonomi kreatif pada tahun 2016 yakni sebesar 40,41% atau sekitar 383 triliun rupiah. Hal ini sangat besar kontribusinya dan bagus untuk perkembangan usaha baik itu *start up* atau mereka yang sudah lama berkecimpung di usaha kuliner. Dengan banyaknya kontribusi pada usaha sektor industri makanan ini dapat membantu perilaku usaha untuk mendapatkan penghasilan yang cukup besar bagi usaha mereka.

Ditengah persaingan yang semakin kompetitif, menuntut suatu perusahaan untuk bisa mempunyai nilai lebih dalam menghadapi persaingan tersebut. Agar suatu perusahaan dapat bertahan ditengah persaingan yang begitu ketat maka,suatu perusahaan harus mempunyai suatu keunggulan bersaing dimana dengan keunggulan bersaing, perusahaan akan mempunyai kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang mempunyai ciri khas sebagai keunggulannya serta nilai lebih dibanding pesaing pesaingnya.

Semakin usaha tersebut memiliki keunggulan bersaing yang tinggi, usaha tersebut semakin bisa bertahan dan mampu menghadapi persaingan karena dengan begitu kegiatan dari usaha dapat terus berlanjut serta akan mampu tumbuh lebih baik dan berkembang lebih pesat lagi. Untuk menciptakan keunggulan bersaing secara maksimal, perlu di dukung dengan orientasi kewirausahaan yang dapat membuat kemampuan pengusaha dalam menjalankan usaha nya akan lebih baik karena konsep konsep sebagai dasar untuk melakukan kegiatan usaha yang memiliki keunggulan bersaing akan lebih mudah untuk di capai.

Dengan adanya orientasi kewirausahaan para pengusaha akan mempunyai ide yang inovatif serta lebih berani dalam mengambil resiko karena dalam keuntungan yang tinggi terdapat resiko yang harus dihadapi.Selain dari orientasi kewirausahaan yang harus di implementasikan terdapat faktor inovasi pada produk yang harus di lakukan oleh para pelaku usaha agar produk yang dijual memiliki kualitas dan daya tarik untuk memenangkan persaingan dengan pesaingnya. Ini dikarenakan sebuah produk yang bagus dan berkualitas akan membuat konsumen tertarik untuk membeli dan membuat produk yang dihasilkan tersebut dapat menjadi kepercayaan konsumen, dengan mendapatkan kepercayaan konsumen pada produk yang di hasilkan itu, maka produk tersebut memiliki keunggulan yang dapat membuat keunggulan bersaing dari para pengusaha tersebut lebih baik lagi, ini dikarenakan konsumen sudah mempercayai produk tersebut untuk dibeli.

Akan tetapi suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya tidak selalu berjalan dengan lancar,seperti pada UKM kue mochi di Kota Sukabumi yang terdapat homogenitas para pengusaha mochi masih belum dapat memaksimalkan peluang yang ada yaitu baik dalam segi inovasi maupun orientasi kewirausahaannya. Dimana ini sangat disayangkan sekali seandainya ini di lakukan dalam UKM disana karena kota Sukabumi sangat terkenal sebagai pusatnya mochi. Ini merupakan potensi yang sangat besar bagi mereka jika mereka mampu memaksimalkan orientasi kewirausahaan dan inovasi produk dalam meningkatkan keunggulan bersaing.

Berdasarkan data penjualan dari Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Sukabumi Tahun 2018 sekitar 60% para pengusaha mengalami penurunan penjualan, ini disebabkan oleh beberapa faktor termasuk didalamnya faktor kurangnya inovasi pada kue mochi seperti dari segi jenis mochi, rasa, serta kurangnya implementasi dari orientasi kewirausahaan, ini pada penjualan mereka karena mereka dalam inovasi masih kurang melakukannya serta dalam orientasi kewirausahaan mereka kurang mampu untuk memanfaatkan peluang yang ada dikarenakan mereka tidak berani mengambil peluang.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana Orientasi Kewirausahaan pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi.
2. Bagaimana Inovasi Produk pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi.
3. Bagaimana Keunggulan Bersaing pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi.
4. Seberapa besar implikasi dari Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk pada Keunggulan Bersaing secara parsial dan simultan pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi.

Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui :

1. Hasil kajian Orientasi Kewirausahaan pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi
2. Hasil kajian Inovasi Produk pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi
3. Hasil kajian Keunggulan Bersaing pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi
4. Implikasi dari Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk pada Keunggulan Bersaing secara parsial dan simultan pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi

Kajian Pustaka

a. Orientasi Kewirausahaan

Menurut Bamford (2011) "orientasi kewirausahaan ialah strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk melakukan bisnisnya dengan baik serta menerapkan strategi yang telah dilakukan untuk membuat bisnis yang dilakukan dapat berjalan baik serta memenuhi target yang telah ditetapkan" menurut Yunia, Franki Dan Nur (2017) terdapat 3 dimensi dari orientasi kewirausahaan yaitu keinovatifan, keproaktifan dan pengambilan resiko.

b. Inovasi Produk

Menurut Yuliana dan Rahmat (2018) inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan sebuah produk atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan untuk menambah nilai guna suatu produk dan dapat diukur oleh kualitas produk, varian produk serta gaya dan desain produk. Sedangkan menurut Trustorini Hadayani (2018) inovasi produk merupakan suatu perubahan yang dilakukan perusahaan pada produk yang telah ada dan dikembangkan menjadi lebih baik lagi entah dengan cara merubah serta menambahkan sesuatu yang baru pada produk tersebut.

c. Keunggulan Bersaing

Menurut Sunyoto (2015 : 141) menyebutkan bahwa keunggulan bersaing merupakan suatu kemampuan suatu perusahaan yang menghasilkan nilai lebih pada produknya dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya. Menurut Muhammad Bukhori (2017) indikator keunggulan bersaing diantaranya yaitu keunggulan biaya, kemampuan manajerial, profitabilitas dan penggerak utama dalam penempatan posisi yang penting.

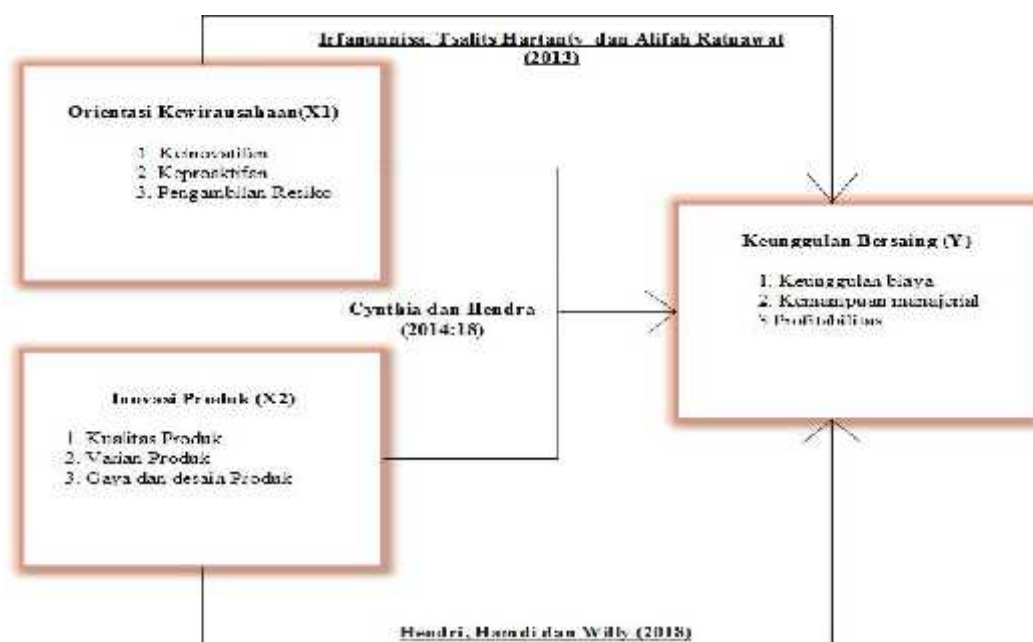
Kerangka pemikiran

Ditengah persaingan yang semakin kompetitif, menuntut suatu perusahaan untuk bisa mempunyai nilai lebih dalam menghadapi persaingan tersebut. Agar suatu perusahaan dapat bertahan ditengah persaingan yang begitu ketat maka, suatu perusahaan harus mempunyai suatu keunggulan bersaing dimana dengan keunggulan bersaing, perusahaan akan mempunyai kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang mempunyai ciri khas sebagai keunggulannya serta nilai lebih dibanding pesaing pesaingnya.

Semakin usaha tersebut memiliki keunggulan bersaing yang tinggi, usaha tersebut semakin bisa bertahan dan mampu menghadapi persaingan karena dengan begitu kegiatan dari usaha dapat terus berlanjut serta akan mampu tumbuh lebih baik dan berkembang lebih pesat lagi. Untuk menciptakan keunggulan bersaing secara maksimal, perlu di dukung dengan orientasi kewirausahaan yang dapat membuat kemampuan pengusaha dalam menjalankan usahanya akan lebih baik karena konsep konsep sebagai dasar untuk melakukan kegiatan usaha yang memiliki keunggulan bersaing akan lebih mudah untuk di capai.

Dengan adanya orientasi kewirausahaan para pengusaha akan mempunyai ide yang inovatif serta lebih berani dalam mengambil resiko karena dalam keuntungan yang tinggi terdapat resiko yang harus dihadapi. Selain dari orientasi kewirausahaan yang harus di implementasikan terdapat faktor inovasi pada produk yang harus di lakukan oleh para pelaku usaha agar produk yang dijual memiliki kualitas dan daya tarik untuk memenangkan persaingan dengan pesaingnya. Ini dikarenakan sebuah produk yang bagus dan berkualitas akan membuat konsumen tertarik untuk membeli dan membuat produk yang dihasilkan tersebut dapat menjadi kepercayaan konsumen, dengan mendapatkan kepercayaan konsumen pada produk yang di hasilkan itu, maka produk tersebut memiliki keunggulan yang dapat membuat keunggulan bersaing dari para pengusaha tersebut lebih baik lagi, ini dikarenakan konsumen sudah mempercayai produk tersebut untuk dibeli.

Paradigma Penelitian



Gambar 1

Hipotesis

- H1 :Terdapat Implikasi dari Orientasi Kewirausahaan pada Keunggulan Bersaing di UKM Kue Mochi Kota Sukabumi.
- H2 :Terdapat implikasi dari Inovasi Produk pada Keunggulan Bersaing di UKM Kue Mochi Kota Sukabumi.
- H3 :Terdapat Implikasi dari Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk pada Keunggulan Bersaing pada UKM Kue Mochi Kota Sukabumi.

Metode penelitian

Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif verifikatif karena terdapat variabel-variabel yang akan dikaji hubungan dan tujuannya untuk melihat gambaran secara terstruktur, faktual , akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antar variabel yang diteliti. Dalam hal ini variabel penelitian yang digunakan yaitu Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi produk sebagai variabel independen dan keunggulan bersaing sebagai variabel dependen pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi. Populasi pada penelitian ini adalah para pengusaha UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi yang berjumlah 33 pengusaha dengan teknik pengambilan sampelnya dengan menggunakan sensus yaitu jumlah seluruh populasi dijadikan sampel yaitu berjumlah 33 pengusaha. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu; kuisioner ,dan wawancara yang

diberikan kepada 33 pengusaha serta observasi secara tidak langsung berupa data-data pengusaha UKM dari Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan Dan Perindustrian Kota Sukabumi.

Hasil dan Pembahasan

A. Regresi linear berganda

Tabel 3
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,261	1,747		,149	,882
	Orientasi Kewirausahaan	,382	,145	,367	2,636	,013
	Inovasi Produk	,701	,181	,540	3,881	,001

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

$$Y=0,261 +0,382 X1+0,701X2+ \varepsilon$$

- Nilai Konstanta sebesar 0,261, artinya bahwa 0,261 persen maka Keunggulan Bersaing tetap jika tidak dipengaruhi kedua variable bebas.
- Nilai Orientasi kewirausahaan senilai 0,382 jika Orientasi Kewirausahaan mengalami peningkatan senilai 1 maka diprediksikan Keunggulan Bersaing meningkat 0,382 persen.
- Nilai Inovasi produk 0,701, meningkat senilai 1 persen maka diprediksikan Keunggulan Bersaing meningkat 0,701 persen.

B. Karakteristik Pengusaha

Karakteristik pengusaha dikelompokkan menjadi lima kategori; jenis kelamin, usia, pendidikan, lama usaha dan pendapatan usaha. Karakteristik pertama didasarkan jenis kelamin laki-laki. Mayoritas pengusaha pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi berjenis kelamin laki-laki. Berdasarkan usia, usia pengusaha sebagian besar berkisar dari 41 hingga 50 tahun. Hal tersebut dikarenakan secara mental usia lebih tua lebih matang karena biasanya sudah mempunyai pengalaman yang banyak dan komitmen ataupun tanggung jawab yang besar pada keberlangsungan usaha mereka. berdasarkan tingkat pendidikan yang sebagian besar kebanyakan pada pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi pada jenjang SMA /SMK bisa dikatakan para pelaku usaha cukup dari segi pendidikan karena untuk kebanyakan pengusaha dengan usia yang memang cukup matang yang pada zamannya pendidikan SMA/SMK sudah cukup tinggi. Hal ini dikarenakan para pelaku usaha kebanyakan berusia 40 keatas yang pada zamannya pendidikan SMA sudah dikategorikan pendidikan yang tinggi, dengan pendidikan yang tinggi akan terangsang dan termotivasi untuk bekerja.

Selanjutnya karakteristik berdasarkan lama usaha, Mayoritas dari lamanya usaha berdiri pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi yaitu pada rentang usia 6 tahun-10 tahun karena pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi sudah beroperasi sejak lama. hal ini menunjukkan bahwa usia UKM Kue Mochi kebanyakan cukup untuk menghasilkan profit karena semakin lama UKM itu berdiri menggambarkan bahwa UKM tersebut mampu bertahan dalam menjalankan bisnis mereka. Berdasarkan tingkat pendapatan pada tingkat pendapatan sekitar Rp61.000.000 – Rp 90.000.000 perbulannya yang berarti bahwa tingkat pendapatan mereka tergolong besar karena berada pada 2 rentang kategori terbesar hal ini menunjukkan bahwa kemampuan mereka untuk menghasilkan laba cukup besar hal ini dikarenakan pada UKM Kue Mochi sudah lama berdiri dan cukup mampu dalam menghasilkan profit selain itu juga di Kota Sukabumi sudah terkenal dengan Sentra Kue Mochi dan merupakan makanan khas disana.

C. Orientasi Kewirausahaan pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi

Orientasi Kewirausahaan di Kota Sukabumi dari 5 kategori mulai dari rentang tidak berorientasi sampai sangat berorientasi berada pada tingkatan cukup berorientasi kewirausahaan. Berikut adalah hasil dari Orientasi Kewirausahaan pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi :

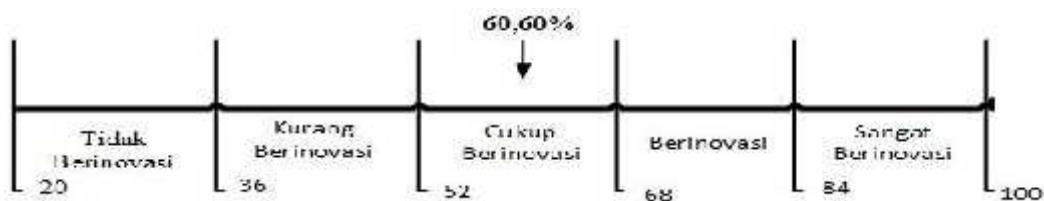


Gambar 2

Pada gambar tersebut diatas dapat diketahui bahwa para pengusaha UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi cukup berorientasi kewirausahaan hal ini dapat dilihat dari keniovatifan yang sudah cukup inovatif dalam hal tingkat penggunaan tekhnologi modern, cukup berani dalam pengambilan resiko dalam mendapatkan keuntungan besar akan tetapi dalam hal pengambilan peluang pasar baru dan berpartisipasi dalam pasar yang muncul mempunyai skor yang paling kecil hal ini menandakan masih kurang mengambil peluang dikarenakan ada rasa takut dalam membuka cabang di daerah lain dan dalam hal keproaktifan sudah cukup proaktif karena dilihat dari aktif dalam mencari ide-ide baru sudah cukup aktif akan tetapi dari keaktifan dalam menjual produk sesuai dengan perkembangan zaman pera pelaku usaha masih belum aktif karena pengusaha disana lebih memilih menjual produk hanya dengan menjajakannya di toko saja tidak dilakukan dengan melakukan penjualan secara digital dikarenakan pengusaha disana ingin menjadikan kota sukabumi sebagai wisata kuliner mochi dan berharap untuk menjadikan mochi sebagai salah satu daya tarik kuliner di Kota Sukabumi.

D. Inovasi Produk pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi

Inovasi Produk pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi dari 5 kategori mulai dari rentang tidak berinovasi sampai sangat berinovasi berada pada tingkatan cukup berinovasi. Berikut adalah hasil dari Inovasi Produk pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi :



Gambar 3

Pada gambar tersebut diatas dapat diketahui bahwa para pengusaha UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi cukup berinovasi, hal ini bisa dilihat dari kualitas produknya yang memang cukup tahan lama, dari segi varian produknya juga sudah cukup banyak mempunyai varian produk serta dari gaya dan desain produk sudah cukup mempunyai desain kemasan menarik dan juga ukuran mochi yang beragam. Indikator kualitas produk mempunyai skor paling rendah dikarenakan dalam hal daya tahan mochi yang memang tidak bisa tahan lama maksimal 2 minggu biasanya dalam waktu 2 minggu cukup bisa dikatakan cukup baik juga karena memang tanpa menggunakan pengawet akan tetapi ketika produk belum terjual hanya akan merugikan pengusaha karena produk tersebut hanya dibuang saja. Hal ini mengindikasikan bahwa UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi termasuk dalam klasifikasi cukup berinovasi.

E. Keunggulan Bersaing pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi

Keunggulan Bersaing pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi dari 5 kategori mulai dari rentang tidak unggul sampai sangat unggul berada pada tingkatan cukup unggul. Berikut adalah hasil dari Keunggulan Bersaing pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi :



Gambar 4

Pada gambar diatas dapat diketahui bahwa UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi cukup unggul dalam bersaing hal ini dapat dilihat dari keunggulan biaya yang cukup unggul, kemampuan manajerial juga yang cukup dalam membuat perencanaan dan pengambilan keputusan serta cukup mampu dalam memotivasi karyawan serta dalam hal profitabilitas cukup mempunyai laba yang meningkat akan tetapi dalam hal pendapatan yang masih mengalami penurunan pendapatan cukup banyak juga. Indikator yang mempunyai persentasi paling kecil yaitu profitabilitas hal ini dikarenakan dilihat dari pendapatan yang kebanyakan tidak mengalami peningkatan pendapatan yang disebabkan oleh penurunan penjualan dan berdampak pada laba yang didapat akan menurun. Penurunan penjualan ini disebabkan oleh banyaknya makanan baru yang muncul dan dijual di outlet mereka sehingga konsumen dihadapkan pada banyak pilihan produk makanan selain mochi, selain itu juga terdapat invasi dari produk makanan baru dari luar yang masuk dan membuat persaingan semakin ketat. Serta banyaknya tempat-tempat makan ataupun nongkrong yang buka 24 jam. Seperti pada keunggulan biaya, kemampuan manajerial, profitabilitas dan penggerak utama dalam beberapa bidang.

F. Implikasi dari Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk pada Keunggulan Bersaing pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi baik secara parsial dan secara simultan

Sebelum menganalisis mengenai implikasi dari Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk pada Keunggulan Bersaing pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi baik secara parsial dan secara simultan dilakukan terlebih dahulu mengenai analisis koefisien korelasi untuk mengetahui ada atau tidaknya suatu hubungan antar variabel independen terhadap variabel dependen dan juga koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya implikasi tersebut.

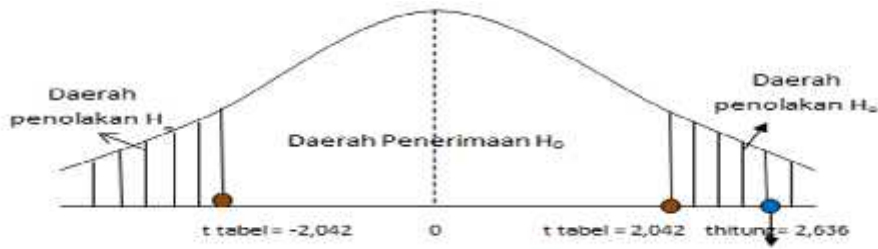
Koefisien Korelasi

Terdapat korelasi secara simultan antara orientasi kewirausahaan dan inovasi produk dengan keunggulan bersaing yang mempunyai hasil korelasi sebesar 0,838 dengan tingkat korelasi tinggi sehingga setiap Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk meningkat maka keunggulan bersaing juga akan meningkat.

Koefisien Determinasi

Keunggulan bersaing adalah orientasi kewirausahaan sebesar 27,2%. sementara yang paling besar adalah inovasi produk sebesar 42,9%, besarnya kontribusi dari Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Sebesar 0.702 atau 70.2% sedangkan sisanya sebesar 29.8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Seperti variable orientasi pasar dan kompetensi kewirausahaan.

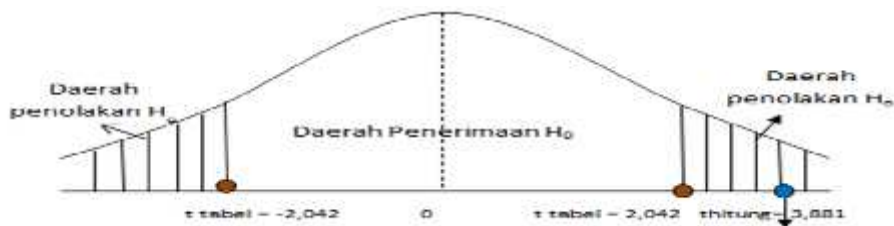
Uji Hipotesis



Gambar 5

Berdasarkan pada gambar diatas dapat dilihat bahwa thitung sebesar 2,636 berada pada daerah penolakan H_0 yang menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berimplikasi yang signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi.

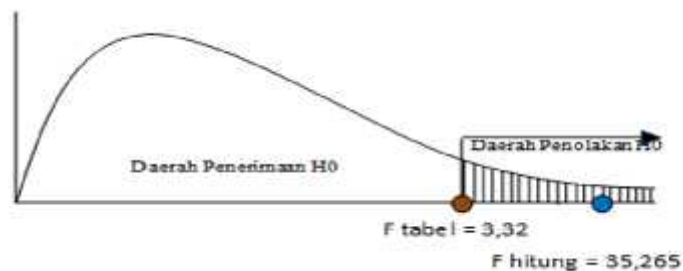
Hal ini terbukti bahwa adanya implikasi dari orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing karena orientasi kewirausahaan akan membantu meningkatnya keunggulan bersaing dengan sikap keinovatifan yang sudah sering menggunakan teknologi modern dalam kegiatan operasionalnya dan para pengusaha selalu aktif mendukung kreativitas karyawannya dalam hal pengembangan penjualannya selain itu juga dari segi keproaktifan para pengusaha yang aktif mencari ide-ide rasa baru yang sesuai dengan keinginan konsumen hal tersebut membantu meningkat keunggulan bersaing karena labanya mengalami peningkatan pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi.



Gambar 6

Berdasarkan gambar kurva diatas dapat dilihat bahwa thitung sebesar 3,881 berada pada daerah penolakan H_0 yang menunjukkan bahwa inovasi produk berimplikasi yang signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi.

Hal ini terbukti bahwa adanya implikasi dari inovasi produk terhadap keunggulan bersaing karena inovasi produk akan membantu meningkatnya keunggulan bersaing dengan adanya inovasi dari produk yang sudah cukup berinovasi karena dalam hal kualitas produk mempunyai produk yang memang cukup tahan lama tanpa menggunakan pengawet, varian rasa juga sudah banyak varian rasa terbaru dari mochi seperti seperti greentea, keju yang sesuai dengan perkembangan zaman serta gaya dan desain produk yang sudah mempunyai kemasan dengan desain menarik yang dulunya hanya menggunakan besek yang terbuat dari anyaman bambu sekarang sudah ada kemasan dari dus dengan desain menarik dan juga toples hal tersebut membantu meningkatkan keunggulan bersaing pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi karena membantu meningkatkan laba pada pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi.



Gambar 7

Berdasarkan gambar kurva diatas dapat dilihat bahwa fhitung sebesar 35,265 berada pada daerah penolakan Ho yang menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dan inovasi produk berimplikasi yang signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi. Hal ini terbukti bahwa adanya implikasi secara bersama-sama antara dari orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing karena orientasi kewirausahaan membantu dalam hal meningkatnya keunggulan bersaing hal ini karena para pelaku usaha sudah cukup berorientasi kewirausahaan karena orientasi kewirausahaan akan membantu meningkatnya keunggulan bersaing dengan sikap keinovatifan yang sudah sering menggunakan teknologi modern dalam kegiatan operasionalnya dan para pengusaha selalu aktif mendukung kreativitas karyawannya dalam hal pengembangan penjualannya selain itu juga dari segi keproaktifan para pengusaha yang aktif mencari ide-ide rasa baru yang sesuai dengan keinginan konsumen hal tersebut membantu meningkat keunggulan bersaing karena labanya mengalami peningkatan pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi.

Begitupun dengan inovasi produk membantu meningkatnya keunggulan bersaing dengan adanya inovasi dari produk yang sudah cukup berinovasi karena dalam hal kualitas produk mempunyai produk yang memang cukup tahan lama tanpa menggunakan pengawet, varian rasa juga sudah banyak varian rasa terbaru dari mochi seperti seperti greentea, keju yang sesuai dengan perkembangan zaman serta gaya dan desain produk yang sudah mempunyai kemasan dengan desain menarik yang dulunya hanya menggunakan besek yang terbuat dari anyaman bambu sekarang sudah ada kemasan dari dus dengan desain menarik dan juga toples hal tersebut membantu meningkatkan keunggulan bersaing pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi karena membantu meningkatkan laba pada pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi. maka dapat disimpulkan ketika orientasi kewirausahaan dan inovasi produk mengalami peningkatan maka keunggulan bersaing juga ikut meningkat pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi.

KESIMPULAN

1. Orientasi Kewirausahaan pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi dari 5 kategori mulai dari rentang tidak berorientasi sampai sangat berorientasi berada pada tingkatan cukup berorientasi kewirausahaan. keinovatifan, pengambilan resiko dan keproaktifan. Indikator pengambilan peluang pasar baru dari dimensi pengambilan resiko mempunyai persentase yang paling kecil. Dan indikator pemasaran prosuk sesuai dengan perkembangan zaman dari dimensi keproaktifan mempunyai persentase kedua terkecil hal tersebut dikarenakan pengusaha di kota sukabumi tidak.
2. Inovasi Produk pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi dari 5 kategori mulai dari rentang tidak berinovasi sampai sangat berinovasi berada pada tingkatan cukup berinovasi. kualitas produk mempunyai persentase yang paling kecil dengan kategori cukup berkualitas. Hal ini mengindikasikan bahwa UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi termasuk dalam klasifikasi cukup berinovasi.
3. Keunggulan Bersaing pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi dari 5 kategori mulai dari rentang tidak unggul sampai sangat unggul berada pada tingkatan cukup unggul. Profitabilitas mempunyai persentase yang paling kecil dengan kategori cukup profit. Hal ini mengindikasikan bahwa UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi termasuk dalam klasifikasi cukup unggul dalam bersaing.
4. Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk berimplikasi pada Keunggulan bersaing pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi. Hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya implikasi yang signifikan baik secara parsial maupun simultan dari Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Kue Mochi di Kota Sukabumi.
5. Penelitian ini hanya mengkaji mengenai variabel orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap Keunggulan Bersaing akan tetapi masih terdapat faktor lain yang dapat

mempengaruhi keunggulan bersaing seperti variable orientasi pasar dan kompetensi kewirausahaan.

Saran

1. Untuk mengatasi kelemahan maka akan dilakukan pengkajian dengan mencari usaha dengan skala besar yang mampu berkolaborasi dengan dengan UKM sehingga pengusaha akan lebih berani mengambil resiko dengan cara menganalisis terlebih dahulu mengenai resiko dengan memperhitungkan dengan baik kemungkinan untuk resiko tersebut bisa terjadi lalu banyak mengambil tindakan yang bagus bagi usaha, dengan demikian kemungkinan resiko tersebut bisa diminimalisir. Setiap kegiatan usaha pasti ada resiko, akan tetapi resiko tersebut harus berani diambil namun tetap harus berhati-hati supaya kemungkinan resiko yang terjadi bisa diminimalisir
2. Dalam mengatasi kelemahan dari kualitas produk terutama dalam hal daya tahan produk yang lebih harus di tingkatkan lagi mengenai proses pengemasan yang baik dan benar juga dapat membantu dalam menjaga mutu dan juga kualitas produk sehingga bisa bertahan dalam jangka waktu yang cukup lama salah satunya dengan pemilihan kemasan aluminium foil bisa menjadi salah satu cara untuk meminimalisir masuknya udara atau bakteri kedalam kemasan makanan. Karena kemasan aluminium foil merupakan salah satu material yang tidak bisa ditembus matahari. Sehingga resiko adanya uap air maupun udara sangat kecil, dan bakteri pun tidak bisa berkembang pada kemasan tersebut, Sehingga dengan peningkatan kualitas melalui perbaikan proses pengemasan pada produk ini dapat lebih bertahan lama karena dengan lebih tahan lama waktu untuk menjual produk kue mochi ini lebih banyak sehingga kemungkinan untuk rugi bisa di perkecil.
3. Untuk penelitian selanjutnya, setelah berhasil melakukan kolaborasi, maka untuk mengkaji mengenai orientasi pasar dalam penentuan target pasar yang dituju dan kompetensi kewirausahaan yang dapat memberikan implikasi terhadap keunggulan bersaing

Daftar Pustaka

- Bamford, C. E., & Bruton, G. D. (2011). *Entrepreneurship a small business approach*. McGraw-Hill.
- Handayani, T., 2018, November. Analysis of Product Innovation of Cibuntu Tofu at Cibuntu Tofu Center Bandung. In *International Conference on Business, Economic, Social Science and Humanities (ICOBEST 2018)*. Atlantis Press.
- Muhamad Buchori Dallmunthe. 2017. *Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk*. ISSN : 2407-2648 (p) ISSN : 2407-263X (online), Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen. Vol 3 No. 1 2017.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Yuliana dan Rahmat Hidayat. 2018. *Pengaruh Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Elzatta Pada Generasi Milenial Tahun 2018)*. ISSN : 2442-5826. *e-Proceeding of Applied Science* : Vol.4, No.3 Desember 2018 | Page 1092
- Yunia Wardi, Perengki Susanto dan Nor Liza Abdullah. *Orientasi Kewirausahaan pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Sumatera Barat: Analisis Peran Moderasi dari Intensitas Persaingan, Turbulensi Pasar dan Teknologi*. Jurnal Manajemen Teknologi, 16(1), 2017, 46-61.

Sumber dari internet :

<https://www.bekraf.go.id/kegiatan/detail/tingkatkan-kontribusi-kuliner-pada-pdb-nasional-bekraf-gelar-fsi>

