BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka

2.1.1. Kreativitas

2.1.1.1. Pengertian Kreativitas

Kreativitas menurut Suryana (2003) dalam penelitian Ernani Hadiyati (2011:10) menyatakan bahwa : " Kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru. Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembagakan ide – ide baru dan untuk menemukan cara – cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang."

Menurut Ernani Hadiyati (2011:10) mengatakan bahwa : " Kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu suatu tugas yang lebih bersifat *heuristic* yaitu sesuatu yang merupakan pedoman, petunjuk, atau panduan yang tidak lengkap yang akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari atau menemukan sesuatu hal baru. "

Menurut (e.g., Eysenck, 1993; Guilford, 1950) dalam penelitian Mark Betey (2012:57) menyatakan bahwa : "Mereka yang menekankan pandangan orang-berpusat kreativitas mungkin akan menilai kreativitas dengan referensi untuk atribut sifat, seperti kecerdasan atau kepribadian "

Pengertian lainnya menurut Stoner, Freeman dan Gilbert (1996) dalam penelitian Deden A. Wahab Syah'roni, Janivita J. Sudirham (2012:46) mengatakan bahwa kreativitas merupakan penyatuan pengetahuan dari berbagai bidang pengalaman berlainan untuk menghasilkan ide – ide baru dan lebih baik.

Kreativitas menurut Buchari Alma (2014:69) adalah “kemampuan untuk membaut kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur, data, variabel yang sudah ada sebelumya” adapun menurut Dedi supriadi,(1994:7) dalam Buchari Alma (2014:70) “Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan seseuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, yang realtif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.

2.1.1.2. Sumber Kreativitas

Dalam konteks manajemen, Menurut Zimmerer dkk (2009) peran fungsi kreativitas dalam proses inovasi merupakan pembangkitan ide yang menghasilkan penyempurnaan efektivitas dan efisiensi pada suatu sistem. Aspek penting dalam kreativitas adalah proses dan manusia. Proses berorientasi pada tujuan yang di desain untuk mencapai solusi suatu problem manusia merupakan sumber daya yang menentukan solusi proses tetap sama namun pendekatan yang digunakan dapat bervariasi misalnya, pada suatu problem mereka mengadaptasikan suatu solusi, tetapi pada kesempatan yang berbeda meraka menerapkan solusi inovasi.

a. Imajinasi dan ide

   Berdasarkan fungsinya, kapasitas mental manusia dapat dikelompokan menjadi empat bagian, yaitu *absortive, retentive, reasoning, creative*. imajinasi yang kreatif merupakan kekuatan yang tidak terbatas, misalnya mekipun seseorang yang tidak pernah keluar rumah tetapi dengan menggunakan imajinasinya ia dapat melalang buana kedunia sekitar

imajinasi jauh lebih penting dari pada ilmu pengetahuan dan kekuatan murni dari pikiran manusia.

b. Sifat proses kreatif

Kreatif adalah suatu proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan setiap orang kreatif pada tingkat tertentu orang mempunyai kemampuan dan bakat dalam bidang tertentu dapat lebih kreatif dari pada orang lain. Hal yang sama juga dialami oleh orang yang dilatih dan dikembangkan dalam suatu lingkungan yang mendukung pengembangan kreativitas, mereka diajari untuk berfikir dan bertindak secara kreatif. Bagi pihak lain proses kreatif lebih sukar karena tidak dikembangkan secara positif dan jika mereka ingin menjadi kreatif, mereka harus belajar cara mengimplementasikan proses kreatif ada tiga tahap dalam proses kreatif yaitu *Absortive, Retentive* dan *Reasonin*.

c. Latar belakang atau akumulasi pengetahuan

Kreasi yang berhasil biasanya didahului dengan penelitian dan pengumpulan informasi yang meliputi membaca, dan percakapan dengan orang lain yang bekerja dalam bidangnya mengikuti pertemuan profesional dan lokakarya. Ada beberapa cara mengembangkan daya fikir kreatif dapat disebutkan sebagai berikut :

1) Membaca informasi tenang berbagai hal.
2) Menjadi anggota penghimpun profesional.
3) Mengikuti rapat dan seminar profesional membicarakan subyek yang diminati dengan setiap orang.

4) Mengamati majalah surat kabar jurnal untuk mencari artikel yang berhubungan dengan subyek yang diminati
5) Mencatat setiap informasi yang berguna.

d. Proses Inkubasi

Alam bawah sadar yang kreatif memunkinkan mereka untuk dapat merinci dengan seksama informasi yang mereka dapatkan selama tahap persiapan . proses inkubasi ini sering terjadi pada saat mereka terlibat dalam aktivitas yang tidak sepenuhnya berhubungan dengan subjek atau pokok permasalahan menjauhkan diri dari suatu permasalahan dan membiarkan pikiran bawah sadar menyelesaikanya memberikan kesempatan kepada kereativitas untuk berkembang.

Langkah langkah yang penting adalah:

1) Melakukan aktivitas yang tidak memerlukan energi fikir.
2) Melakukan latihan secara rutin bermain.
3) Berdoa dan melakukan meditasi bersantai.

e. Pengalaman Ide

Tahap proses kreatif ini sering kali dianggap sebagai tahap yang menyenangkan karena merupakan saat ditemukannya solusi atau ide yang dicari oleh seseorang ada beberapa cara cepat terjadinya pengalaman ide

1) Memikirkan impian tentang suatu rencana.
2) Mengembangkan Hobi
3) Mencatat setiap Ide yang muncul.

4) Mengatur waktu istirahat ketika melakukan pekerjaan

f. Latihan Kreatif

Analisis dan kembangkan bagaimana pasangan objek berikut ini berhubungan sambil melengkapi antara yang satu dengan yang lain seperti contohnya hubungan mur dan maut, suami dan istri, serta manajer produksi dan karyawan bawahannya.

g. Lingkungan kreatif

Kreativitas dapat berkembang dalam suatu lingkungan yang tepat tidak ada perusahaan yang mempunyai manajer dan pemilik kreatif jika lingkungan yang mendukung berkembangnya kreativtas tidak berbentuk. Ciri-Ciri Lingkungan kreatif adalah sebagai berkut :

1) Manajer yang dapat memberikan kepercayaan kepada karyawan tanpa melakukan pengawasan yang berlebihan.
2) Saluran komunikasi yang terbuka untuk setiap anggota perusahaan.
3) Hubungan dan komunikasi membaik dengan pihak luar kepribadian yang bervariasi
4) Kesediaan menerima perubahan.
5) Kesenangan mencoba ide baru.
6) Rasa takut yanng tidak berlebihan apabila terjadi kesalahan dalam melakuan pekerjaan.
7) Seleksi dan promosi karyawan berdasarkan prestasi.

8) Penerapan tekhnik yang menumbuhkan ide dengan anjuran dan tukar pikiran.
9) Hambatan dan tekhnik meningkatkan kreativitas.
10) Hambatan psikologis
11) Hambatan budaya
12) Hambatan lingkungan.
13) Hambatan bahasa berfikir
14) Hambatan keterpakuan fungsional.
15) Hambatan kebiasaan memandang.

h. Teknik meningkatkan kreativitas.
1) Perumusan masalah secara efektif
2) Bertanya dan bertanya
3) Curah gagasan
4) Iklim kreatif

i. Berfikir Kreatif

Hasil penelitian terhadap otak manusia menunjukan bahwa fungsi otak manusia di bagi menjadi dua bagian yaitu otak bagian kanan dan kiri. Setiap bagian otak memiliki fungsi yang spesifik dan menangkap informasi yang berbeda. Sebelah kanan menggerakan fikiran lateral dan meletakkan pada jiwa proses kreatif menurut Zimmerer untuk menggerakan keterampilannya proses kreatif digunakan sebelah kanan ciri-cirinya sebagai berikut:

1) Selalu bertanya “Apa ada cara yang lebih baik?”
2) Selalu menantang kebiasaan, tradisi dan kebiasaan rutin.
3) Berefleksi (Merenungkan) berfikiran dalam hal positif
4) Berani bermain mental, mencoba untuk melihat masalah dan persfektif yang berbeda
5) Menyadari kemungkinan banyak jawaban dari pada satu jawaban yang benar.
6) Melihat kegagalan dan kesalahan hanya sebagai jalan untuk mencapai suskses.
7) Mengkorelasikan ide-ide yang masih samar terhadap masalah untuk memecahkan masalah inovatif
8) Memiliki keterampilan helicopter (*helicopters skills*) yaitu kemampuan untuk bangkit diatas kebiasaan rutin dan melihat permasalahan dari kejadian yang terjadi di masa lampau.
9) Persfektif yang lebih luas kemudian memfokuskannya kepada kebutuhan.

2.1.1.3. Proses Kreativitas

Untuk membangkitkan kreativitas memerlukan proses dengan langkah-langkah tertentu sebagai berikut. Menurut Zimmerer dalam Alma (2014:75)

1. *Preparation*

   Langkah persiapan dimaksudkan memberi kondisi kepada seseorang agar memudahkan munculnya kreativitas. Ini dapat dilakukan melalui

pendidikan formal,pelatihan, pengalaman kerja. Untuk menyiapkan pemikiran kreatif harus dilakukan hal-hal yang sangat menunjang sebagai berikut: Belajar terus menerus, banyak membaca tentang apa saja, tidak terbatas pada disiplin ilmu sendiri dan dari berbagai sumber, bikin klipping. Kemudian coba berdiskusi walaupun dengan orang dibawah anda atau lain bidang, karena kadang-kadang yang tidak ahli dalam bidang yang anda kuasai, mengajukan pertanyaan bodoh, tapi menimbulkan ide cemerlang. Coba anda masuk anggota asosiasi/ perkumpulan, belajar kebudayaan bangsa atau etnis lain, tingkatkan kemampuan mau mendengar terutama pada orang yang lebih tua dan banyak pengalaman.

2. *Investigation*

   Langkah kedua, *investigation*. Dalam hal ini harus dilakukan pelajari masalahnya dan identifikasi komponen utama permasalahan.

3. *Transformation*

   Langkah ketiga *transformation*. Coba identifikasi persamaan dan perbedaan yang ada dengan informasi dan data yang sudah dikumpulkan disini bisa berlaku analisis *divergen* dan *convergen*. *Convergen thinking* adalah kemampuan melihat persamaan dan hubungan antara berbagai informasi dan peristiwa. *Divergent thinking* adalah kemampuan melihat perbedaannya dan hubungan antara berbagai informasi dan peristiwa.

4. *Incubation*

   Langkah keempat *Incubation*.Ini memerlukan waktu untuk melihat kembali berbagai informasi. Masa inkubasi terjadi seakan-akan seseorang

keluar atau melupakan masalah yang dihadapi.*Walk away from the situation*, ada pakar menyarankan *three b's – bath, bed, and bus*, kegiatan ini sangat kondusif guna menciptakan kreativitas. Suasana tanpa pikiran ini kadang menghasilkan pemikiran yang sangat kreatif. Lakukan relax dan santai, jangan pikirkan masalah itu terus menurus, tapi lupakan sementara, seringkali pikiran kreatif muncul bila kita olahraga, senam, sedang dikebun, ditaman dsb. Atau anda coba melakukan pekerjaan ditempat lain yang tidak biasa anda bekerja disitu, suasana ini akan membangkitkan ide kreatif.

5. *Illumination*

   Langkah kelima *Illumination*. Langkah ini terjadi pada saat inkubasi, secara spontan muncul ide baru. Langkah ini muncul dalam waktu tidak terbatas, ia bisa muncul tiba, biasanya pada saat anda sudah lupa dengan masalah tersebut.

6. *Verification*

   Langkah keenam *Verification*. Untuk memvalidasi ide yang tepat atau akurat, apakah berguna atau tidak, maka dilakukan percobaan, bikin simulasi, test market untuk produk, bikin pilot proyek dsb.

7. *Implementation*

   Langkah ketujuh *Implementation*. Ini mulai mentransformasi ide menjadi kenyataan dan digunakan. Disini berlaku ungakapan siap, bidik, tembak, bukan siap, bidik, bidik, bidik terus bidik tak pernah sampai tembak.

2.1.1.4. Indikator Kreativitas

Menurut Suryana (2006:42) indikator Kreativitas sebagai berikut :

1. Ingin tau

   Suatu emosi yang berkaitan dengan perilaku ingin tahu seperti eksplorasi, investigasi, dan belajar, terbukti dengan pengamatan pada spesies hewan manusia dan banyak memahami setiap permasalahan yang terjadi.

2. Optimis

   Merupakan perasaan yakin terhadap sesuatu yang baik akan terjadi yang memberi harapan positif serta menjadi pendorong untuk berusaha ke arah kemajuan atau kejayaan.

3. Flexibel

   Kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja dengan efektif dalam situasi yang berbeda, dan dengan berbagai individu atau kelompok.

4. Mencari Solusi Dari masalah

   Mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah.

5. Suka Berimajinasi

   Daya pikir untuk membayangkan (di angan-angan) atau menciptakan gambar (lukisan, karangan, dsb) kejadian berdasarkan kenyataan atau pengalaman seseorang.

2.1.2. Orientasi Kewirausahaan

2.1.2.1. Definisi Orientasi Kewirausahaan

Menurut pendapat Porter (2008:419) bahwa : Orientasi kewirausahaan dapat diartikan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam *market place* yang sama.

Sementara itu pengertian lain disebutkan oleh Utami (2012:4) yang mengemukakan bahwa "Orientasi kewirausahaan merupakan proses, praktek, dan kegiatan pengambilan keputusan yang menuju pada *new entry*. Orientasi kewirausahaan muncul dari perspektif pilihan strategis yang menyatakan bahwa peluang *new entry* untuk berhasil sangat tergantung pada kinerja yang menjadi tujuan".

Menurut Knight (2000) dalam Muzakar Isa (2011:162). istilah Orientasi Kewirausahaan adalah sebagai kecenderungan individu untuk melakukan inovasi, proaktif dan mau mengambil risiko untuk memulai atau mengelola usaha. Defenisi lain dikemukakan oleh Weerawardena 2003 dalam Meike Supranoto (2009:21) bahwa "Orientasi Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan".

Menurut Lumpkin dan Dess (1966) dalam Sri Muljaningsi (2011:436) bahwa orientasi kewirausahaan adalah sebagai sesuatu yang mengarah kepada proses, latihan dan aktivitas dalam pengambilan keputusan untuk pengembangan produk baru.

2.1.2.2. Ciri dan Sifat Kewirausahaan

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

Tabel 2.1

Ciri dan Sifat Kewirausahaan

Ciri	Sifat
Percaya diri	Keyakinan, kemandirian, indivisualitas, optimisme.
Berorientasi pada tugas dan hasil	Kebutuhan akan berprestasi, berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad yang kuat, bekerja keras, energik dan memiliki inisiatif.
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 bisa 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 S. Soegoto (2009:6)

2.1.2.3. Indikator Orientasi Kewirausahaan

Weerawerdeena (2003) dalam Andriani Suryanita (2006:11) menyatakan bahwa, "Beberapa literatur manajemen memberikan tiga landasan dimensi – dimensi dari kecenderungan organisasional untuk proses manajemen

kewirausahaan, yakni kemampuan inovasi, kemampuan mengambil risiko, dan sifat proaktif". 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 Weerawerdeena (2003) dalam Andriani Suryanita (2006:13):

1) Keinovatifan (*innovativeness*)

   Keinovatifan adalah kencenderungan untuk terlibat dalam kreativitas dan eksperimen melalui pengenalan produk atau jasa baru serta kepemimpinan teknologi melalui riset dan pengembangan dalam proses-proses baru (Lumpkin dan Dess, 1996:140-149) dalam (Cynthia dan Hendra, 2014:1216). Jadi *innovativeness* merupakan kemauan dasar untuk meninggalkan teknologi atau praktik-praktik yang lama dan sudah ada untuk mencari hal-hal baru untuk menuju ke arah yang lebih baik (M. Wandra Utama, 2009:56).

2) Keproaktifan (*proactiveness*)

   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).

3) Pengambilan resiko (*risk tasking*)

Pengambilan resiko adalah pengambilan tindakan tegas dengan mengeksplorasi hal yang tidak diketahui, meminjam dalam jumlah besar, dan atau mengalokasi sumber daya yang signifikan untuk usaha di lingkungan yang tidak pasti (Lumpkin dan Dess, 1996:140-149) dalam (Cynthia dan Hendra, 2014:1216).

2.1.3. Keunggulan Bersaing

2.1.3.1 Definisi Keunggulan Bersaing

Michael E Porter (1989) dalam penelitian R Sugiartini (2014;15) bahwa, keuggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif.

Day dan Wensley (1988) dalam penelitian Rangga Dismawan (2013;26) menjelaskan bahwa "keunggulan bersaing diartikan sebagai kompetisi yang berbeda dalam keunggulan keahlian dan sumber daya". Secara luas menunjukan apa yang diteliti dipasar yaitu keunggulan posisional berdasarkan adanya

customer value yang unggul atau pencapaian biaya relatif yang lebih rendah dan menghasilkan pangsa dan kinerja yang menguntungkan.

Bharadwaj et al.,(1993,p83-84) dalam penelitian Gita Sugiyarti (2015: 115) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumberdaya yang dimiliki perusahaan. Keahlian dan asset yang unik dipandang sebagai sumber dari keunggulan bersaing. Keahlian unik merupakan kemampuan perusahaan untuk menjadikan para karyawannya sebagai bagian penting dalam mencapai keunggulan bersaing. Kemampuan perusahaan dalam mengembangkan keahlian para karyawannya dengan baik akan menjadikan perusahaan tersebut unggul dan penerapan strategi yang berbasis sumber daya manusia akan sulit untuk ditiru oleh para pesaingnya. Sedang asset atau sumber daya unik merupakan sumber daya nyata yang diperlukan perusahaan guna menjalankan strategi bersaingnya. Kedua sumber daya ini harus diarahkan guna mendukung penciptaan kinerja perusahaan yang berbiaya rendah dan memiilki perbedaan dengan perusahaan lain.

2.1.3.2 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 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.

2.1.3.3 Strategi Dalam Keunggulan Bersaing

Beberapa strategi yang sering dianggap popular dan cukup memadai dalam menciptakan keunggulan bersaing David Craven dalam Netty Friska (2013;33) yaitu :

1. *Differentiation* : berkinerja tinggi, kualitas, prestise, memiliki keistimewahan yang unik, pelayanan termasuk layanan purna jual baik, dan terandalkan.
2. *Overall cost leadership* : *market share* tinggi, unggul dalam akses *raw materials*, kelengkapan pabrikasi yang bagus, tidak selalu berasosiasi dengan harga yang rendah.

3. *Focus strategi* : memiliki *target marker* yang khusus, *product line* terbatas.
4. *Pre emptive move* : saluran *distribusi intensive*, promosi tinggi.
5. *Sinergi competitive advantage* : sistem distribusi, *brand name*, pengukuran biaya dan investasi

2.1.3.4 Indikator Keunggulan Bersaing

Longenecker, Moore, dan Petty (2003:31) dalam Mirza (2011) mengemukakan indikator keunggulan bersaing sebagai berikut:

1) Keunikan produk/keistimewaan layanan

   Keunikan produk adalah keunikan produk perusahaan sehingga membedakannya dari produk pesaing atau produk umum di pasaran

2) Biaya/harga

   Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk dengan harga yang mampu bersaing di pasaran

3) Kualitas produk yang tersedia

   Kualitas dari produk yang berhasil diciptakan oleh perusahaan

4) Pengalaman pelanggan

   Frekuensi seringnya mendapatkan pengalaman yang menyenangkan.

5) Kemudahan konsumen

   Diukur dengan kemudahan dan kenyamanan konsumen dalam berbelanja.

2.1.4. Hasil Penelitian Sebelumnya

Selanjutnya untuk mendukung penelitian ini, dapat di sajikan daftar penelitian terdahulu dan teori yang sudah dijabarkan atau dikemukakan sehingga dapat membedakan keorisinalitasan penelitian ini:

Tabel 2.1.
Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1.	Cynthia Vanessa Djodjobo dan Hendra N. Tawas, Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1214-1224 ISSN 2303-1174	PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, INOVASI PRODUK, DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA PEMASARAN USAHA NASI KUNING DI KOTA MANADO	Orientasi kewirausahaan dan inovasi produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada usaha nasi kuning di kota Manado.	Penggunaan variabel orientasi kewirausahaan sebagai variabel independen	Penggunaan variabel kinerja pemasaran sebagai variabel dependen
2.	Mega Usvita, e-Jurnal Apresiasi Ekonomi Volume 3, Nomor 1, Januari 2015, Hal. 31-37 ISSN: 2337-3997	PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN MELALUI KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (SURVEI PADA UKM PANGAN DINAS PERINDAGTAMBEN KOTA PADANG)	Hasil penelitian ini menunjukan Orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing	Penggunaan variabel orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing sebagai variabel dependen	Penggunaan variabel orientasi pasar sebagai variabel independen
3.	Renita Helia, Naili Farida, Bulan Prabawani Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science (2015)	PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING MELALUI INOVASI PRODUK SEBAGAI VARIABEL ANTARA (STUDI KASUS	Orientasi kewirausahaan (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing (Y2). Hal tersebut menyatakan bahwa semakin tinggi orientasi	Penggunaan variabel orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing sebagai variabel dependen	Penggunaan variabel orientasi pasar sebagai variabel independen

No.	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
		PADA IKM BATIK DI KAMPUNG BATIK LAWEYAN, SOLO)	kewirausahaan, maka semakin tinggi keunggulan bersaing.		
4.	Rossa Amalia Fatmawati (2016)	PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA PEMASARAN	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran. Dengan demikian hendaknya orientasi kewirausahaan selalu diperhatikan dalam menjalankan berbagai macam usaha. Dengan memiliki jiwa kewirausahaan yang baik maka berbagai macam usaha akan dapat dibangun dengan optimal.	Penggunaan variabel orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing sebagai variabel dependen	Penggunaan variabel orientasi pasar sebagai variabel independen
5.	Welly Mulyadi; Riswan E. Tarigan dan Andree E. Widjaja, ISSN: 2548-4540 (2016)	PENGARUH INOVASI, KREATIVITAS, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF	Perusahaan harus terus melakukan inovasi dan kreativitas terhadap produk dan jasa mereka agar tingkat kepuasan konsumen bertambah dan dapat meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan	Penggunaan variabel kreativitas dan keunggulan bersaing sebagai variabel dependen	Penggunaan variabel inovasi dan kepuasan konsumen sebagai variabel independen
6.	Syamsul O. Walangadi (2015)	PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA INDUSTRI	Hasil analisis secara parsial dan simultan kreativitas dan inovasi berpengaruh positif terhadap	Penggunaan variabel kreativitas dan keunggulan bersaing sebagai variabel	Penggunaan variabel inovasi sebagai variabel independen

No.	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
		KERAJINAN KARAWO DI PROVINSI GORONTALO	keunggulan bersaing pada industry kerajinan karawo di Provinsi Gorontalo terhadap Keunggulan Bersaing	dependen	
7.	TingKo Lee and Wenyi Chu, African Journal of Business Management Vol. 5(33), pp. 12797-12809, 21 December, 2011 ISSN 1993-8233	*ENTREPRENEURIAL ORIENTATION AND COMPETITIVE ADVANTAGE: THE MEDIATION OF RESOURCE VALUE AND RARENESS*	*A firm's EO stems from its innovation, proactiveness and risk-taking, which in turn determine the value and rareness of resource-capability combinations. Firms with EO are likely to enhance their competitive advantage by reducing costs or differentiating products/services via the combinations of resources and capabilities.*	Penggunaan orientasi kewirausahaan sebagai variabel independen	Terdapat dua variabel intervening yaitu *value* dan *rareness*
8.	Gary L. Selden, Harry Vardis (2015)	*CREATIVITY AND INNOVATION AS A COMPETITIVE ADVANTAGE: ARE B-SCHOOLS DOING ENOUGH?*	*Our experience is that most MBA programs do a fair job with environmental issues although they do not address architectural influences on creativity.*	Penggunaan variabel kreativitas sebagai variabel independen dan variabel keunggulan bersaing sebagai variabel dependen	Penggunaan variabel inovasi sebagai variabel independen
9.	R. Duane Ireland *, Justin W. Webb Business Horizons (2007) 50, 49 — 59	*STRATEGIC ENTREPRENEURSHIP: CREATING COMPETITIVE ADVANTAGE THROUGH STREAMS OF INNOVATION*	*Successful organizations as ones in which strategic entrepreneurship will be used to deal with the organizational tension that surfaces as firms*	Penggunaan variabel keunggulan bersaing sebagai variabel dependen	Penelitian mengenai kesiapan sebuah perusahaan menghadapi strategi perusahaan ke depan

No.	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
			try to simultaneously emphasize today what they already do well (relative to competitors) while exploring for opportunities to build the foundation for their future success.		

2.2. Kerangka Pemikiran

Pada era globalisasi ini Orientasi kewirausahaan ini tentu sangatlah penting dimiliki oleh seorang pengusaha. Orientasi kewirausahaan merupakan metode, praktek, gaya pembuatan keputusan yang digunakan untuk mengambil tindakan dengan penuh tanggung jawab. Adapun aspek-aspek di dalam orientasi kewirausahaan ini adalah seperti keinovatifan, proaktif, serta keberanian dalam mengambil resiko. Karena semakin baiknya orientasi kewirausahaan seorang pengusaha akan berdampak pada citra sebuah perusahaan tersebut dan mampu mengalahkan pesaing – pesaing mereka.

Selain orientasi kewirausahaan, adapun faktor lainnya yang menentukan keunggulan bersaing sebuah perusahaan yaitu, kreativitas. Pengusaha yang ada di Pasar Bunga Wastukencana harus dapat berpikir kreatif agar dapat menciptakan produk bunga yang menarik dan dapat menjadi produk yang baik dalam bersaing terhadap para pesaing-pesaing di pasar ini ataupun di pasar bunga lainnya . Dengan mengeluarkan ide-ide yang kreatif dalam membuat bunga yang lebih menarik, agar konsumen tertarik dengan produk bunga yang ditawarkan. Kreatif

itu juga mencirikan bahwa sebuah perusahaan melakukan perkembangan untuk keunggulan daya saingnya.

Oleh karena itu sebuah perusahaan harus memiliki keunggulan bersaing di bandingkan dengan perusahaan lain karena di era ini konsumen lebih banyak pilihan dalam mengambil sebuah keputusan. Dengan keunggulan bersaing perusahaan akan lebih mudah dalam menciptakan sebuah tujuan yang diharapkan oleh perusahaan tersebut. Selain itu peran dari keunggulan bersaing ini juga perusahaan akan mampu menjaga eksistensi dalam rangka mempertahankan dan mengembangkan bidangnya. Keunggulan bersaing tidak hanya di lihat dari produk yang dihasilkannya, melainkan penilaiannya dari segala aspek baik itu internal maupun eksternal di dalam perusahaan itu sendiri. Dalam pelaksanaannya tentu akan banyak rintangan untuk mewujudkan nilai keunggulan bersaing ini. Oleh sebab itu perusahaan harus siap dan mampu dalam menghadapi semua resiko yang akan terjadi.

Maka oleh sebab itu, agar perusahaan memiliki keunggulan bersaing perusahaan harus secara aktif mampu mengembangkan faktor-faktor diatas yaitu, Orientasi kewirausahaan dan kreativitas. Semakin baiknya faktor-faktor tersebut, maka akan semakin baik juga kinerja sebuah perusahaan dalam mewujudkan sebuah tujuan perusahaan yang diharapkan.

2.2.1. Keterkaitan Kreativitas Terhadap Keunggulan Bersaing

Menurut Sonah Sitohang (2006:293) mengemukakan bahwa salah satu cara untuk meningkatkan keunggulan bersaing adalah perusahaan harus berorientasi pada kreativitas produk yang akan mendorong perusahaan menjadi

pemimpin pasar karena mampu menciptakan produk-produk yang baru. Artinya setiap pelaku bisnis berlomba – lomba untuk melakukan strategi kompetisi dengan fokus pada penciptaan sesuatu yang berbeda dan unik.

Menurut Zimerer (2004:53) menyatakan bahwa kreativitas produk sangat penting untuk menciptakan keunggulan bersaing dan juga sangat penting bagi kesinambungan suatu perusaan agar tetap bisa bertahan di pasaran (*survive*).

2.2.2. Keterkaitan Orientasi Kewirausahaan Terhadap keunggulan Bersaing

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.

Menurut Siguaw, Simpson, dan Baker (1998) dalam Andriani Suryanita (2006:24), kompetensi kewirausahaan dibutuhkan di dalam implementasi strategi pemasaran agar diperoleh keunggulan bersaing yang mantap melalui nilai responsifitas atas kebutuhan pelanggan.

Keterkaitan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing dibuktikan oleh penelitian Reswanda (2011) dan Mega Usvita (2014) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing

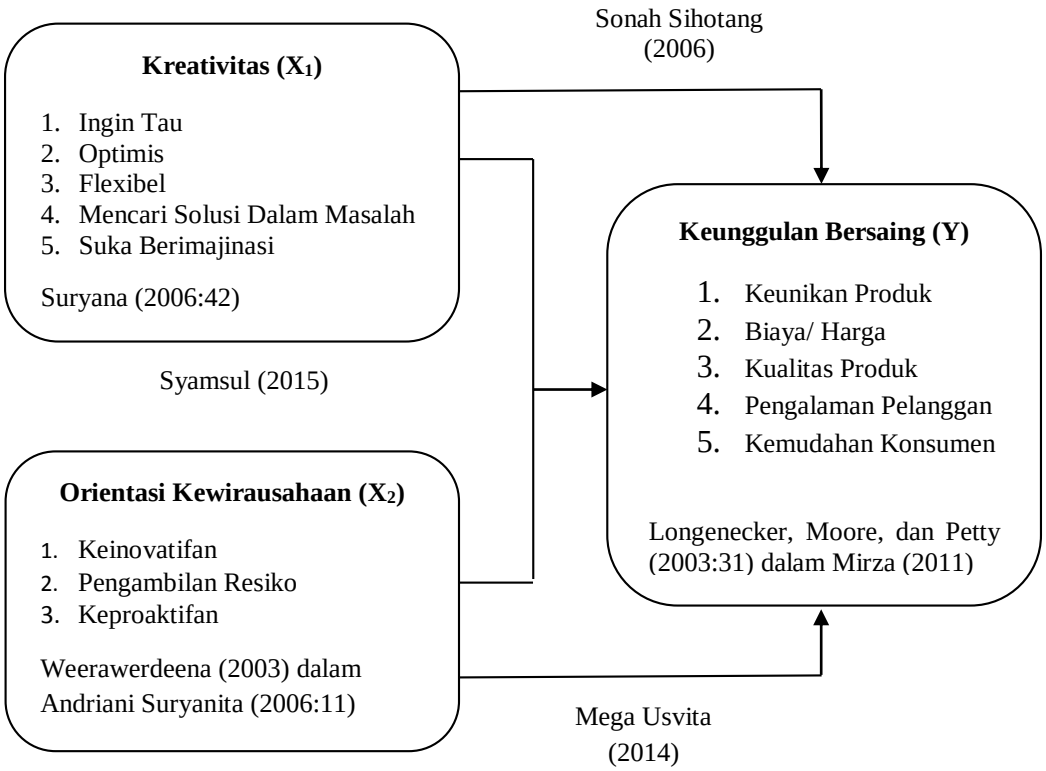
2.2.3. Keterkaitan Kreativitas dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing

Persaingan dunia yang semakin kuat dengan perkembangan yang semakin pesat mengakibatkan perusahaan harus mampu bertahan dan diharuskan dapat memberikan orientasi kewirausahaan yang didasari dengan berfikir kreatif dari seorang wirausaha untuk menaikan kinerja usahanya. Menurut Suryana (2006:2) mengungkapkan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses.

Orientasi kewirausahaan merupakan suatu kesatuan yang penting terhadap kinerja usaha suatu perusahaan, dan kreativitas adalah langkah kedua yang harus ditempuh dalam meningkatkan kinerja usaha. Hal ini dikuatkan dengan beberapa teori yang menjelaskan orientasi kewirausahaan dan kreativitas berpengaruh dalam keunggulan bersaing. Ketika seseorang berani mengambil resiko dalam suatu tindakan untuk mendukung suatu kreativitas dalam mengeksplorasikan ide kreatif dan hal ini tentu sangat berpengaruh dalam perusahaan khususnya dalam peningkatan keunggulan bersaing di Pasar Bunga Wastukencana Bandung.

Sesuai dengan hasil penelitian Syamsul O. Walangadi (2015) menyatakan bahwa hasil penelitian secara simultan kreativitas dan inovasi berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada industry kerajinan karawo di Provinsi Gorontalo terhadap Keunggulan Bersaing

Berikut ini adalah skema paradigma dari penelitian ini:



Gambar: 2.1
Skema 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:

H_1: Variabel Kreativitas berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Pasar Bunga Wastukencana

H_2: Variabel Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Pasar Bunga Wastukencana

Hipotesis Utama:

Terdapat pengaruh kreativitas dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada Pasar Bunga Wastukencana.