

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1. Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Jiwa Kewirausahaan**

###### **2.1.1.1 Pengertian Jiwa Kewirausahaan**

“Wirausaha adalah orang yang berjiwa kreatif, inovatif, mandiri, percaya diri, ulet dan tekun, rajin, disiplin, siap menghadapi resiko, jeli melihat dan meraih peluang, piawai mengelola sumber daya, dalam membangun, mengembangkan dan menjadikan usaha atau perusahaannya unggul” **Eddy Soeryanto Soegoto (2014:27)**.

Menurut **Eddy Soeryanto Soegoto (2009:3)** wirausaha adalah orang yang berjiwa kreatif dan inovatif yang mampu mendirikan, membangun, mengembangkan, memajukan, dan menjadikan perusahaannya unggul. Sedangkan menurut **Dananjaya (2014:134)** “Dalam diri seorang wirausahawan terdapat beberapa sifat atau jiwa yang khas. Sifat-sifat tersebut mampu mengantarkan keberhasilan dalam mengelola perusahaan, dan sifat-sifat itu pula dapat menentukan kadar kewirausahaan seseorang.”

Menurut **Trustorini Handayani (2017:26)** mengatakan bahwa “Wirausaha adalah orang yang berjiwa kreatif, inovatif, mandiri, percaya diri, ulet dan tekun, rajin, disiplin, siap menghadapi resiko, jeli melihat dan meraih peluang, piawai mengelola sumber daya, dalam membangun, mengembangkan dan menjadikan usaha atau perusahaannya unggul.”

Menurut **Siswanto Sudomo (1989) dalam Eddy Soeryanto Soegoto (2009:4)** kewirausahaan adalah segala sesuatu yang penting mengenai seorang wirausaha, yakni orang yang memiliki sifat bekerja keras dan berkorban, memusatkan segala daya dan berani mengambil risiko untuk mewujudkan gagasannya. Sedangkan kewirausahaan menurut **Suryana (2017:22)**

adalah “kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses”

**Suryana (2006:2)**. Dan dalam bukunya yang lain mengatakan bahwa “ciri – ciri umum kewirausahaan dapat di lihat dari berbagai aspek kepribadian, seperti jiwa, watak, sikap, dan perilaku seseorang”.

menurut **Suryana (2017:10)** “Jiwa kewirausahaan ada pada setiap orang yang memiliki kemampuan kreatif dan inovatif, pada setiap orang yang menyukai perubahan, pembaruan, kemajuan, dan tantangan”.

Seorang wirausaha haruslah jiwa seorang yang mampu melihat ke depan. Melihat ke depan bukan melamun kosong, tetapi melihat, berfikir dengan penuh perhitungan, mencari pilihan dari berbagai alternatif masalah dan pemecahannya. (**BN. Marbun, 1993 : 63**).

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan adalah orang yang secara kreatif dan inovatif mampu dalam memanfaatkan peluang yang ada dan berani mengambil resiko untuk mewujudkan keinginan untuk dimasa yang akan datang.

#### **2.1.1.2 Karakteristik Jiwa Kewirausahaan**

Seorang wirausahawan tentunya harus memiliki beberapa karakter agar mampu menjadi wirausahawan yang handal dimasa yang akan datang. Menurut **M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer (1996) dalam Suryana (2017:23)**, terdapat delapan karakteristik kewirausahaan yang meliputi hal –hal sebagai berikut.

1. Rasa tanggung jawab (*desire for responsibility*), yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha – usaha yang dilakukannya. Seseorang memiliki rasa tanggung jawab akan selalu berkomitmen dan mawas diri.
2. Memilih risiko yang moderat (*preference for moderate risk*), yaitu lebih memilih risiko yang moderat, artinya selalu menghindari risiko, baik yang terlalu rendah maupun yang terlalu tinggi.
3. Percaya diri terhadap kemampuan sendiri (*confidence in their ability to success*), yaitu memiliki kepercayaan diri atas kemampuan yang dimilikinya untuk memperoleh kesuksesan.
4. Menghendaki umpan balik segera (*desire for immediate feedback*), yaitu selalu menghendaki adanya umpan balik dengan segera, ingin cepat berhasil.
5. Semangat dan kerja keras (*high level of energy*), yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
6. Berorientasi ke depan (*future orientation*), yaitu berorientasi masa depan dan memiliki perspektif dan wawasan jauh ke depan.
7. Memiliki keterampilan berorganisasi (*skill at organizing*), yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
8. Menghargai prestasi (*value of achievement over money*), yaitu lebih menghargai prestasi dari pada uang

### **2.1.1.3 Faktor Jiwa Kewirausahaan**

Seorang wirausahawan tentunya harus memiliki karakter tentunya ada faktor – faktor yang harus ada pada diri seorang Entrepreneur agar mampu menjadi wirausahawan yang handal

dimasa yang akan datang. Menurut **Eddy Soeryanto Soegoto (2014:35)** mengungkapkan ada 4 faktor pada entrepreneur:

1. *The Creativity*

Kreatif menghasilkan sesuatu yang baru dengan menambahkan nilainya. Pertambahan nilai ini tidak hanya diakui oleh wirausahawan semata namun juga audiens yang akan menggunakan hasil kreasi tersebut.

2. *The Commitmen*

Memiliki komitmen yang tinggi terhadap apa yang ingin dicapai dan dihasilkan dari waktu dan usaha yang ada.

3. *The Risk*

Siapa yang menghadapi resiko yang mungkin timbul, baik resiko keuangan, fisik dan resiko social.

4. *The Reward*

Penghargaan yang utama adalah independensi atau kebebasan yang diikuti kebebasan pribadi. Sedangkan reward berupa uang biasanya dianggap sebagai suatu bentuk derajat kesuksesan usahanya.

#### **2.1.1.4 Indikator Jiwa Kewirausahaan**

Menurut **Suryana (2017:22)** mengungkapkan beberapa hal yang menjadi indikator jiwa kewirausahaan yang menjadi komponen penting harus dimiliki oleh seorang wirausaha :

1. Penuh percaya diri

Penuh keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin, bertanggung jawab merupakan faktor yang mendasar yang harus dimiliki oleh wirausaha. Seseorang yang memiliki jiwa

wirausaha merasa yakin bahwa apa-apa yang diperbuatnya akan berhasil walaupun akan menghadapi berbagai rintangan.

## 2. Memiliki inisiatif

Penuh energy, cekatan dalam bertindak, dan aktif. Karena menunggu akan sesuatu yang tidak pasti merupakan sesuatu yang paling dibenci oleh seseorang yang memiliki jiwa kerirausahaan. Seorang wirausaha akan selalu berusaha mencari jalan keluar

## 3. Memiliki motif berprestasi

Berorientasi pada hasil dan wawasan kedepan. Berbagai target demi mencapai sukses dalam kehidupan biasanya selalu dirancang oleh seorang wirausaha. Target satu demi satu yang mereka raih. Bila dihadapkan pada kondisi gagal, mereka akan terus berupaya kembali memperbaiki kegagalan yang dialami. Keberhasilan jiwa entrepreneur menjadi pemicu untuk terus sukses dalam hidupnya.

## 4. Memiliki Jiwa kepemimpinan

Berani tampil beda, dapat dipercaya, dan tangguh dalam bertindak. Leadership atau kepemimpinan merupakan faktor kunci menjadi wirausahawan yang sukses. Seseorang yang takut untuk tampil memimpin dan selalu melempar tanggung jawab kepada orang lain akan sulit meraih sukses dalam berwirausaha. Tidak percaya diri, minder dan yang berlebihan, takut salah dan merasa rendah diri adalah sifat-sifat yang harus di tingalkan apabila ingin meraih sukses dalam wirausaha.

## 5. Berani Mengambil resiko

Mengambil resiko dengan penuh perhitungan, dan oleh karena itu menyukai tantangan. Berani tampil ke depan menghadapi sesuatu yang baru walaupun penuh resiko. Keberanian ini tentunya dilandasi perhitungan yang rasional.

## 2.1.2 Diferensiasi Produk

### 2.1.2.1 Pengertian Diferensiasi Produk

Pengertian produk menurut **Kotler yang dikutip dalam buku Buchari Alma (2011:139)** adalah: “Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, events, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi dan ide.”

Menurut **Kotler & Keller (2009:9)** diferensiasi produk adalah tindakan merancang serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan tawaran perusahaan dan tawaran pesaing.

Sedangkan menurut (**Griffin, 2003:357**) diferensiasi produk adalah penciptaan suatu produk atau citra produk yang cukup berbeda dengan produk-produk yang telah beredar dengan maksud untuk menarik konsumen. Secara tradisional, diferensiasi didefinisikan sebagai tindakan merancang seperangkat perbedaan yang bermakna didalam tawaran perusahaan.

**Kotler (1999 : 364)** juga mengemukakan suatu perbedaan atau diferensiasi dapat dikembangkan jika memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :

- Penting ; Perbedaan itu memberikan banyak manfaat bagi cukup banyak pelanggan
- Jelas ; Perbedaan itu tidak dimiliki orang lain atau dapat dikemas dengan lebih jelas.
- Unggul ; Perbedaan itu lebih baik dari cara lain untuk mendapatkan manfaat yang sama.
- Dapat dikomunikasikan ; perbedaan itu dapat dimengerti dan di lihat oleh pembeli.
- Mendahului ; perbedaan itu tidak mudah ditiru pesaing
- Terjangkau ; pembeli dapat menjangkau selisih harganya
- Menguntungkan ; perusahaan memperoleh laba dengan menonjolkan perbedaan itu

Kesamaan sebuah produk selalu ada di antara para pesaing dan diferensiasi bertujuan untuk mengembangkan kemampuan-kemampuan khusus yang bias disebut unik dalam dunia

perindustrian. Selanjutnya dijelaskan oleh (**Kotler 2002 : 329 : 332**) bahwa banyak produk dapat didiferensiasi berdasarkan bentuk, ukuran, model atau struktur fisik sebuah produk. Keistimewaan yakni karakteristik yang melengkapi fungsi dasar produk.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa diferensiasi produk itu adalah sebuah kegiatan yang memproduksi suatu produk yang sama namun memiliki model, warna, ukuran dan rancangan yang berbeda dari produk yang sudah ada sebelumnya.

### **2.1.2.2. Indikator Diferensiasi Produk**

Menurut **Kotler & Keller (2009:364)** Diferensiasi produk adalah keterampilan dan keunikan yang dimiliki oleh suatu organisasi atau perusahaan, yang membedakan produk mereka dengan pesaingnya, namun hanya sampai batas-batas tertentu saja suatu produk dapat didiferensiasikan karena tidak semua perbedaan itu bermakna dan berharga. Perbedaan itu akan lebih kuat apabila perbedaan itu memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Bentuk

Banyak produk dapat didiferensiasikan berdasarkan bentuk, ukuran, model, atau struktur fisik produk.

2. Daya Tarik Khusus

Produk dapat ditawarkan dengan berbagai daya tarik, yakni karakteristik yang melengkapi fungsi dasar produk. Upaya tersebut dilakukan untuk menjadi yang pertama dalam memperkenalkan suatu daya tarik baru yang berharga merupakan salah satu dari cara yang paling efektif untuk bersaing.

3. Daya Tahan

Suatu ukuran usia produk yang diharapkan dalam kondisi normal.

4. Tidak Mudah Ditiru

Membuat produk yang tidak mudah ditiru merupakan keunggulan untuk memperkuat perbedaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

5. Mutu Kesesuaian

Kualitas kesesuaian adalah tingkat dimana semua unit yang diproduksi adalah identik dan memenuhi spesifikasi sasaran yang dijanjikan oleh sebuah produk.

### **2.1.3. Kunggulan Bersaing**

#### **2.1.3.1 Pengertian Keunggulan Bersaing**

**Philip Kotler dan Gary Armstrong (2003:311)** mendefinisikan keunggulan bersaing adalah keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi.

Menurut **Prakoso, (2005:53)** menyatakan bahwa Keunggulan bersaing merupakan strategi keuntungan dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam pasar. Strategi yang didesain bertujuan untuk mencapai keunggulan bersaing yang terus menerus agar perusahaan dapat terus menjadi pemimpin pasar.

Menurut **Porter (2004)** menyatakan “Keunggulan bersaing adalah jantung kinerja perusahaan di dalam pasar yang bersaing, namun setelah beberapa dasawarsa perluasan dan kemakmuran yang hebat, banyak perusahaan kehilangan pandangan akan keunggulan bersaing dan mengejar diversifikasi”. Sedangkan menurut **Wang (2011) dalam Nursadila (2013:55)** menyatakan: “Keunggulan bersaing merupakan kemampuan perusahaan menawarkan manfaat (benefit) yang berbeda dengan pesaing”.

Menurut **(Bharadwaj et al, 1993 dalam Winda Ardiani, Zumawina Miraza,2016)** menyatakan “Keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumberdaya yang dimiliki perusahaan.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing adalah sebuah kemampuan untuk memberikan nilai lebih dalam produknya dan juga bisa melihat target pasar yang tepat dari perusahaan lain dalam rangka untuk memenangkan persaingan.

#### **2.1.3.2. Karakteristik 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 perusahaan lain

#### **2.1.3.3. Indikator Keunggulan Bersaing**

**Porter (1990) dalam Heri Setiawan (2012:14)** mengemukakan indikator keunggulan bersaing yaitu:

1. Keunikan produk  
adalah keunikan produk perusahaan yang memadukan nilai seni dengan selera pelanggan.
2. Kualitas produk  
adalah kualitas desain dari produk perusahaan.

### 3. Harga bersaing

adalah kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga produknya dengan harga umum di pasaran.

#### 2.1.4 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Hasil penelitian terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	I Dewa Gede Wilanta Tintara , Ni Nyoman Rsi Respati (2020)	The Effect of Product Differentiation, Service Differentiation, and Image Differentiation on Competitive Advantage	Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara diferensiasi produk terhadap Keunggulan Bersaing Di Starbucks Dewata, artinya semakin tinggi diferensiasi produk maka akan meningkatkan Daya Saing Keuntungan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Service Differentiation terhadap Competitive Keuntungan di Starbucks Dewata. Artinya semakin tinggi diferensiasi layanan maka akan semakin meningkat Keunggulan kompetitif. Ada pengaruh positif dan signifikan antara diferensiasi citra pada keunggulan kompetitif di Starbucks Dewata. Artinya semakin tinggi diferensiasi citra maka akan semakin meningkat Keunggulan Kompetitif.	Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Diferensiasi produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing	Pada penelitian terdahulu menggunakan variabel Differentiation service dan Image Differentiation sebagai variabel independen
2	Luqman, M. Luki.(2019)	Pengaruh diferensiasi produk dan citra perusahaan terhadap keunggulan bersaing pada Awesam Store Malang.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara silmutan dan parsial diferensiasi produk dan citra perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.	Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Diferensiasi produk secara parsial dan simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing	Pada penelitian terdahulu menggunakan variabel citra perusahaan sebagai variabel independen
3	Septian, Indra. (2019).	Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Diferensiasi Produk Terhadap	Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu diferensiasi produk secara parsial berpengaruh	Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Jiwa	Pada penelitian terdahulu menggunakan Sentra Tas

		Keunggulan Bersaing Sentra Tas Leuwisari Bandung.	terhadap keunggulan bersaing. Secara total persentase atau kontribusi, pengaruh diferensiasi produk dalam meningkatkan keunggulan bersaing di Sentra Tas Leuwisari Bandung adalah berpengaruh positif	kewirausahaan dan Diferensiasi produk secara parsial dan dimultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing	Leuwisari Bandung sebagai objek penelitian
4	Hajar Budia Stuti, D. E. W. I. (2019)	Pengaruh lingkungan Internal, lingkungan Eksternal, Jiwa kewirausahaan dan Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan bersaing (Studi pada UKM Batik Kayu di Bantul	Hasil dari penelitian ini yaitu: 1) Lingkungan internal tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UKM Batik Kayu di Bantul; 2) Lingkungan eksternal tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UKM Batik Kayu di Bantul; 3) Jiwa kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UKM Batik Kayu di Bantul; 4) Strategi diferensiasi tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UKM Batik Kayu di Bantul	Pada penelitian iterdahulu sama sama menggunakan variabel Jiwa Kewirausaan dan keunggulan bersaing	Pada hasil penelitian menunjukan bahwa variabel Jiwa kewirausahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing
5	Hamka Nizar (2019)	Pengaruh Inovasi Produk Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Industri'Keripik Singkong Pedas Cimahi'	Penelitian ini menunjukan adanya pengaruh secara parsial dan simultan antara inovasi produk dan diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing, hal ini ditunjukan oleh uji hipotesis yang dinyatakan dengan adanya pengaruh yang psitif dari inovaasi'produk1 dan diferensiasi produk terhadap1keunggulan bersaing1di Sentra1Keripik Singkong pedas Cimahi.	Pada hasil penelitian menunjukan adanya pengaruh secara parsial antara variabel Diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing	Pada penelitian terdahulu menggunakan b=variabel inobasi produk sebagai variabel independen
6	Widya Sukmanawati (2018)	Pengaruh Inovasi Produk Dan DiferensiasiP roduk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pembeli Kerupuk Kedelai Rajawali (survey Pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa analisis deskriptif tiap variabel memiliki katagori kuang baik.sedangkan analisis verifikatif menjelaskan bahwa tiap variabel X secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Y dan secara simultan variabel	Pada hasil penelitian menunjukan variabel diferensiasi produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing	Pada penelitian terdahulu menggunakan variabel inovasi produk sebagai variabel independen

		<u>Di Kota Banjar)</u>	X1 dan X2 berpengaruh signifikan terhadap Y		
7	Sandi Fitriani (2016)	<u>Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Inovasi produk Terhadap keunggulan Bersaing Pada Donat Madu Cihanjuang</u>	Pada hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa diferensiasi dan inovasi produk memiliki pengaruh secara parsial maupun simultan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini didasarkan oada adanya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam penelitian ini melihat uji hipotesis secara statistik berdasarkan hasil seluruh tanggapan responden terhadap pernyataan dalam penelitian	Pada hasil penelitian menunjukkan variabel diferensiasi produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing	Pada penelitian terdahulu menggunakan variabel inovasi produk sebagai variabel independen
8	Nova Dharmala (2016 )	<u>Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar Dan Jiwa Kewirausahaan Pada Sentra Industri Kaos Suci Bandung</u>	Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa orientasi pasar dan jiwa kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan 120 bersaing. Hal ini didasarkan pada hasil uji verifikatif yang menunjukkan bahwa terdapat hunungan antara kedua variabel independen yaitu orientasi pasar dan jiwa kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing di sentra kaos Suci Bandung. Berdasarkan hasil uji kolerasi dapat dikatakan bahwa orientasi pasar memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap keunggulan bersaing jika dibandingkan dengan jiwa kewirausahaan dikarenakan keunggulan bersaing di sentra kaos Suci Bandung kebanyakan dibentuk oleh faktor – faktor pasar secara menyeluruh.	Pada hasil penelitian menunjukan variabel Jiwa kewirausahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing	Pada penelitian terdahulu menggunakan variabel Orientasi pasar
9	Sekardila Pratiwi (2015)	<u>Pengaruh Inovasi produk Dan Diferensiasi Produk Terhadap</u>	Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap	Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa varibel Diferensiasi produk secara	Pada penelitian terdahulu menggunakan variabel inovasi produk sebagai

		Keunggulan Bersaing Pada Sentra Industri Pakaian Anak Pagarsih Bandung	Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Pakaian Anak Pagarsih, Bandung Lalu secara simultan Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing	parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing	variabel independen
10	Boonthawan Wingwon (2012)	Effects of Entrepreneurial spirit, Organization Capability, Strategic Decision Making and Innovation toward the Competitive Advantage of SMEs Enterprises	Mayoritas responden menyatakan variabel Jiwa kewirausahaan, kapabilitas organisasi, strategi pengambilan keputusan, inovasi dan keunggulan kompetitif pada tingkat tinggi pada semua faktor. Mayoritas variabel memiliki hasil positif Korelasi dengan faktor kewirausahaan berpengaruh langsung terhadap pengambilan keputusan strategis dan organisasi kapabilitas . Organisasi Kapabilitas berpengaruh langsung terhadap pengambilan keputusan strategis dan inovasi. Pengambilan keputusan strategis berpengaruh langsung terhadap inovasi Akhirnya, inovasi berpengaruh langsung terhadap keunggulan bersaing	Pada hasil penelitian menunjukan bahwa variabel Jiwa kewirausahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing	Pada penelitian terdahulu menggunakan variabel Organization Capability, Strategic Decision dan Innovation sebagai variabel independen

## 2.2. Kerangka Pemikiran

Jiwa kewirausahaan merupakan salah satu faktor kunci yang menentukan pengembangan dalam sebuah perusahaan. Pelaku usaha yang memiliki jiwa kewirausahaan biasanya memiliki rasa percaya diri yang kuat, berani megambil resiko dan memiliki jiwa kepemimpinan yang baik..Sehingga membantu perusahaan untuk berkembang menjadi lebih besar dan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.

Diferensiasi produk merupakan sebuah proses dimana menciptakan sesuatu produk yang berbeda dengan produk produk sebelumnya dengan maksud untuk menarik konsumen. Diferensiasi produk, salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing pun harus dimiliki oleh pengusaha, karena pengusaha yang tidak memiliki diferensiasi produk maka pastilah usahanya tersebut tidak berjalan dengan baik dan bahkan mendapatkan kerugian. Karena di dalam diferensiasi produk terdapat bentuk, keistimewaan, mutu kinerja, daya tahan, gaya, rancangan, maka pengusaha harus memiliki keenam sifat tersebut.

Dengan hal itu, sangatlah penting untuk perusahaan mempunyai keunggulan bersaing dengan melalui jiwa wirausaha dan diferensiasi produk yang bisa tercapai secara maksimal. Maka dengan meningkatkan jiwa kewirausahaan dan diferensiasi produk yang merupakan langkah paling tepat yang harus diambil agar keunggulan bersaing bisa tercapai secara maksimal.

### **2.2.1. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian**

#### **2.2.1.1. Ketertarikan Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing**

**Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2009:3)** wirausaha adalah orang yang berjiwa kreatif dan inovatif yang mampu mendirikan, membangun, mengembangkan, memajukan, dan menjadikan perusahaannya unggul.

**Setyorini (2013)** dalam hasil penelitiannya menemukan bahwa kesuksesan usaha kecil menengah pada industri batik di Jawa Tengah bagian selatan menyarankan para wirausaha harus lebih memperhatikan untuk memperbaharui startegi pemasaran dari jiwa kewirausahaannya, menggunakan teknologi maju, dan meningkatkan akses permodalan. UKM membutuhkan untuk mengembangkan kemampuan sumber daya manusianya dan teknologinya untuk memperbaiki kapasitas inovasi dan daya saing.

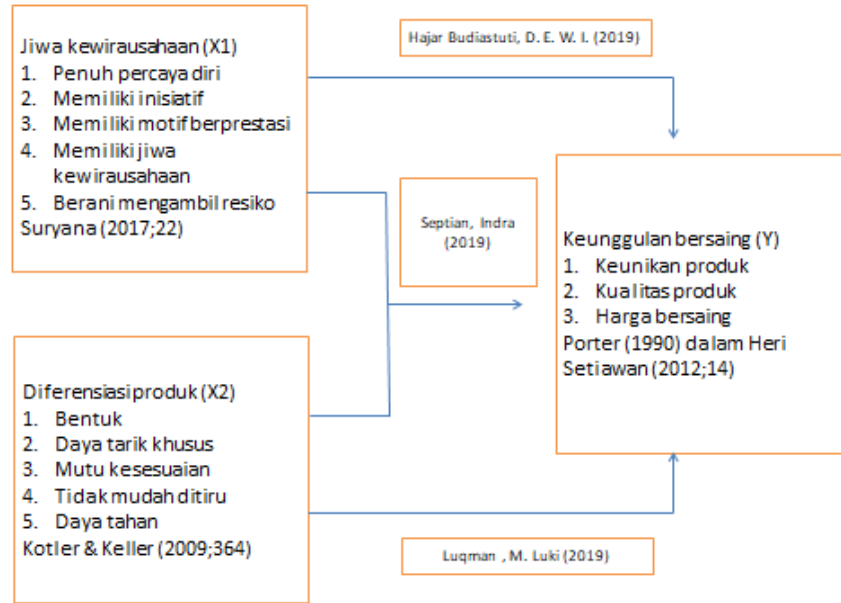
#### **2.2.1.2. Keterkaitan Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing**

Menurut (**Bobby Yudhiarina 2009:2292**) Diferensiasi adalah kegiatan merancang serangkaian keunikan yang berarti untuk membedakan apa yang ditawarkan oleh perusahaan dengan apa yang ditawarkan oleh pesaing. **Getz dan Sturdivant (1989:9)** menyatakan bahwa pada awalnya membutuhkan kerja keras bagi perusahaan untuk menerapkan strategi diferensiasi tetapi hal yang akan diperoleh sebanding dengan kerja keras yang telah dilakkan perusahaan. Sedangkan

Menurut **Kotler dan Susanto (2001)** dalam studinya tentang strategi diferensiasi, menyatakan bahwa perusahaan dapat melakukan diferensiasi dengan cara mengenali sumber keunggulan kompetitif yang mungkin ada.

### **2.2.1.3. Keterkaitan Jiwa kewirausahaan dan Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing**

**Yulianto (2015:2)**, jiwa kewirausahaan dan diferensiasi produk dapat berpengaruh bersamaan terhadap keunggulan bersaing karena kedua variabel tersebut dalam dunia usaha sangatlah diperlukan karena dapat menentukan sebuah perusahaan dapat unggul dengan perusahaan lain atau tidak. Dari penjelasan yang telah diuraikan di atas maka, dapat disimpulkan bahwa jiwa kewirausahaan dan diferensiasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.



**Gambar 2.1**  
**Paradigma Penelitian**

### 2.3. Hipotesis

Menurut **Sugiyono (2014:93)** “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan.”

Hipotesis dapat dikatakan sebagai pendugaan sementara mengenai hubungan variabel yang akan diuji sebenarnya. Karena sifatnya dugaan, maka hipotesis hendaknya mengandung implikasi yang lebih jelas terhadap pengujian hubungan yang dinyatakan. Oleh karena itu, hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

Hipotesis Utama :

- Terdapat Pengaruh Jiwa kewirausahaan dan Diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Olahan Ikan Desa Baru kota Manggar Belitung Timur

Sub Hipotesis :



- Terdapat pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Olahhan Ikan Desa Baru kota Manggar Belitung Timur
- Terdapat pengaruh Diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Olahhan Ikan Desa Baru kota Manggar Belitung Timur