
**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING
(Studi Pada Umkm Kuliner Di Kecamatan Banjarmasin Tengah)**

Siti Sauva Asvia

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis , Universitas Lambung Mangkurat
E- mail : sauvaasvia4@gmail.com

Akhmad Supriyanto

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat

ABSTRACT

In this research, competitive advantage is the ability of a business actor to create more value than its competitors. In previous research, it is acknowledged that there is an effect of entrepreneurial orientation and product innovation on competitive advantage. The purpose of this research aims to determine entrepreneurial orientation and product innovation affect competitive advantage in culinary SME's in Central Banjarmasin District. The population in this research were 182 culinary SME's. Determination of sampling in this research using simple random sampling technique, by using the calculation of the Slovin formula, a sample of 83 respondents was obtained. Data from the questionnaire was analyzed using multiple linear regression. The result from this research concludes that: (1) Entrepreneurial orientation has a positive and significant effect on competitive advantage, and (2) Product innovation has a positive and significant effect on competitive advantage.

Keyword: *Competitive Advantage, Entrepreneurial Orientations, Product Innovation*

ABSTRAK

Dalam penelitian ini, keunggulan bersaing yaitu kemampuan yang dimiliki pelaku usaha dalam menciptakan nilai yang lebih dari pesaingnya. Pada penelitian sebelumnya diketahui terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar orientasi kewirausahaan dan inovasi produk mempengaruhi keunggulan bersaing pada UMKM kuliner di Kecamatan Banjarmasin Tengah. Populasi pada penelitian ini sebanyak 182 pelaku UMKM kuliner. Penentuan pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik simple random sampling, dengan menggunakan perhitungan rumus slovin sehingga didapatkan sampel sebanyak 83 responden. Data yang diperoleh melalui kuisioner dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini, adalah: (1) Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, dan (2) Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Kata kunci: *Keunggulan Bersaing, Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk*

PENDAHULUAN

Perkembangan UMKM di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan, sehingga dianggap berperan penting dalam mengatasi masalah pengangguran. Banyak dari masyarakat yang telah mencari penghasilan dengan merintis sebuah usaha. Banyaknya jenis produk yang ditawarkan oleh para pelaku usaha, membuat konsumen akan lebih selektif sebelum memutuskan pembelian. Sehingga, pelaku usaha harus memahami apa yang menjadi keinginan konsumen dan bagaimana kondisi pasar.

Tabel 1. Perkembangan Jumlah UMKM Tahun 2016-2018

No	Indikator UMKM	Satuan	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018
1	Unit Usaha	Unit	61.651.177	62.922.617	64.194.057
2	Tenaga Kerja	Orang	112.828.610	116.431.224	116.978.631

Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah yang diolah dari data Badan Pusat Statistik (BPS)

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa perkembangan UMKM di Indonesia pada tahun 2016-2018 terus mengalami kenaikan pada unit usaha dan tenaga kerja. UMKM tersebar di seluruh penjuru negeri dan menguasai sekitar 99 persen aktivitas bisnis. Di Indonesia terdapat berbagai macam jenis bidang usaha yang digeluti oleh pelaku UMKM. Seperti usaha kuliner, fashion, pendidikan, otomotif, agribisnis, teknologi internet, serta bidang lainnya.

Data dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah Provinsi Kalimantan Selatan, UMKM binaan Pemko di Kota Banjarmasin mencapai 2000 unit lebih dan kebanyakannya adalah usaha kuliner. Banjarmasin yang terkenal sebagai kota wisata seribu sungai juga terkenal dengan berbagai macam kulinernya. Pemerintahan kota Banjarmasin yang berpusat di Jalan RE Martadinata Kecamatan Banjarmasin Tengah, terdapat banyak tempat wisata populer seperti Masjid Raya Sabilal Muhtadin, Siring Kota atau yang biasa disebut Pantai Jodoh, Menara Pandang, Patung Bakantan, dan Taman Kamboja, bahkan Mall terbesar di Kalimantan Selatan, Duta Mall. Sehingga tempat-tempat wisata tersebut mendukung adanya wisata kuliner yang terletak di daerah Pos Kawasan Wisata Kuliner dan Jalan Tarakan. Hal tersebut akan memunculkan persaingan di antara pelaku usaha dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Untuk dapat terus bersaing, pelaku usaha harus memiliki daya saing yang tinggi.

Philip Kotler dan Gary Armstrong (2003) menyatakan bahwa keunggulan bersaing didapatkan dengan memberikan manfaat yang lebih besar pada konsumen tetapi harga tinggi atau dengan menawarkan nilai yang lebih rendah dengan harga murah.

Strategi yang umumnya digunakan oleh pelaku usaha adalah inovasi. Prajogo dan Sohal (2003) menyatakan inovasi produk dengan membuat berbagai desain produk yang memunculkan banyak pilihan, menambah nilai yang diterima oleh konsumen sehingga menambah kualitas produk sesuai dengan harapan konsumen.

Hasil dari penelitian Astrid Suspanigrum (2017) menyatakan inovasi berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hasil penelitian Ika Dwi Ayuningrum dan Edriana Pangestuti (2018) yang menunjukkan bahwa variabel inovasi memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing secara signifikan positif. Hasil penelitian Erni Jayaningrum, Brillyanes

Sanawiri (2018) menyatakan inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dan didukung hasil penelitian Hendri Herman, Hamdy Hady, Willy Arafah (2018) menyatakan inovasi produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan yang berdaya saing tinggi, kewirausahaan disebut sebagai salah satu faktor yang juga harus dimiliki pelaku usaha. Menurut Lumpkin dan Dess (1996) orientasi kewirausahaan mengacu pada proses dan pengambilan keputusan yang menghasilkan tiga aspek kewirausahaan, yaitu berani mengambil risiko, bertindak secara inovatif dan proaktif.

Hasil dari penelitian Elisabeth Lisato Puspasari dan Susilo Toto Rahardjo (2017) menyatakan orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hasil penelitian Renita Helia, Naili Farida, dan Bulan Prabawan (2015) menyatakan orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Hasil penelitian Rossa Amalia Fatmawati, Ari Pradhanawati, Ngatno (2016) menyatakan orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Didukung hasil penelitian Erni Jayaningrum, Brillyanes Sanawiri (2018) menyatakan orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Telah dilakukan survey pendahuluan terhadap 10 responden. Dari hasil survey tersebut dapat disimpulkan bahwa fenomena yang terjadi pada usaha kuliner yang ada di Kecamatan Banjarmasin Tengah adalah masih rendahnya tingkat para pelaku usaha untuk mengambil risiko mengeluarkan biaya lebih dalam ketersediaan bahan pada keadaan yang belum pasti. Para pelaku usaha masih menjual produk yang relatif sama jenisnya, contohnya untuk produk minuman banyak dari mereka yang menjual minuman dengan tambahan boba yang menunjukkan bahwa pada inovasi produk masih rendah. Mereka bukan menjual produk baru untuk menambah jenis produk di pasar tetapi menjual produk yang banyak dijual di pasar. Sehingga masih rendahnya tingkat keunggulan bersaing yang terjadi di antara pelaku usaha, karena produk mereka mudah untuk ditiru dan digantikan.

Dari uraian di atas peneliti ingin mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada UMKM kuliner di Kecamatan Banjarmasin Tengah. Maka rumusan masalah yang akan diteliti, yaitu: (1) Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Kuliner di Kecamatan Banjarmasin Tengah?, (2) Apakah inovasi produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Kuliner di Kecamatan Banjarmasin Tengah?

TINJAUAN PUSTAKA

Orientasi Kewirausahaan

Peter F. Drucker (1985) mendefinisikan kewirausahaan sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Thomas W. Zimmerer (1996), mengungkapkan bahwa kewirausahaan merupakan proses penerapan inovasi dan kreativitas dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan peluang pasar.

Lumpkin dan Dess (1996) menyatakan orientasi wirausaha digambarkan oleh proses, praktek dan aktivitas pembuatan keputusan yang dibagikan dalam lima indikator, yaitu: (1) Keinovatifan, (2) Pengambilan Risiko, (3) Keaktifan, (4) Keagresifan Bersaing, dan (5) Otonomi.

Inovasi Produk

Porter (1987) menyatakan inovasi sebagai strategi pengembangan produk baru yang berbeda dari pesaing. Kemudian menurut Oslo (2005) inovasi ialah perwujudan dari produk maupun proses baru yang mengalami peningkatan, metode pemasaran baru, atau metode praktik bisnis baru.

Lukas dan Ferrell (2000) menjelaskan ada tiga indikator inovasi produk, yaitu: (1) Perluasan Lini, (2) Produk Baru, dan (3) Produk Benar-benar Baru.

Keunggulan Bersaing

Philip Kotler dan Gary Armstrong (2003) menyatakan bahwa keunggulan bersaing didapatkan dengan memberikan manfaat yang lebih besar pada konsumen tetapi harga tinggi atau dengan menawarkan nilai yang lebih rendah dengan harga murah. Kemudian menurut Porter (2008) keunggulan bersaing sebagai kemampuan untuk mendapatkan keuntungan lebih banyak dibandingkan pesaing dalam pasar yang sama.

Bharadwaj et al (1993) membagi indikator keunggulan bersaing menjadi lima, yaitu: (1) Keunikan Produk, (2) Harga Bersaing, (3) Tidak Mudah Dijumpai, (3) Tidak Mudah Ditiru, dan (5) Sulit Digantikan.

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Menurut Ndubisi (2014), adanya keterkaitan antara orientasi kewirausahaan, inovasi, dan kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan mendukung inovasi pada sebuah usaha, dan inovasi akan memunculkan pemikiran baru. Kewirausahaan dan inovasi berhubungan dengan peningkatan kinerja usaha dalam keunggulan bersaing.

Kemudian, Gupta dan Macdaniel (2002) menyatakan keunggulan bersaing tercipta apabila perusahaan mampu melakukan inovasi dan kreativitas dengan proses yang efektif dan terencana.

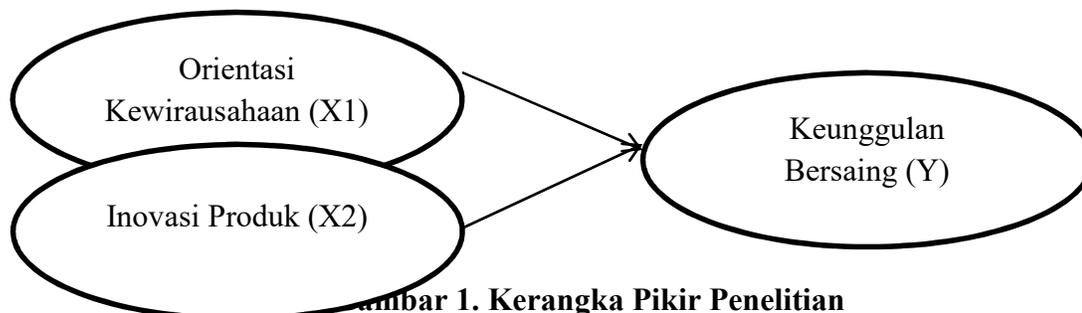
KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS

Kerangka Pikir

Model penelitian ini dibuat berdasarkan penelitian sebelumnya, yaitu:

1. Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing (hasil penelitian Puspasari dan Rahardjo (2017), Helia, Farida, dan Prabawan (2015), Fatmawati, Pradhanawati, dan Ngatno (2016), Jayaningrum dan Sanawiri (2018), Syukron dan Ngatno (2016)).

2. Pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing (hasil penelitian Suspanigrum (2017), Ayuningrum dan Pangestuti (2018), Pardi, Suharyono, Imam, Zainul (2014), Jayaningrum dan Sanawiri (2018), Herman, Hady, dan Arafah (2018)).



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

Sumber: Puspasari dan Rahardjo (2017), Helia, Farida, dan Prabawan (2015), Fatmawati, Pradhanawati, dan Ngatno (2016), Jayaningrum dan Sanawiri (2018), Syukron dan Ngatno (2016), Suspanigrum (2017), Ayuningrum dan Pangestuti (2018), Pardi, Suharyono, Imam, Zainul (2014), Jayaningrum dan Sanawiri (2018), Herman, Hady, dan Arafah (2018).

Hipotesis

Berdasarkan kerangka pikir, hipotesis pada penelitian ini yaitu:

- H1: Diduga orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.
- H2: Diduga inovasi produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

METODE PENELITIAN

Penelitian kausal yaitu menggunakan metode kuantitatif dengan populasi pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Banjarmasin Tengah yang terdaftar di Pelayanan IUMK. Pengambilan sampel menggunakan teknik probability yaitu simple random sampling dengan menggunakan perhitungan rumus slovin. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu regresi linier berganda melalui SPSS 25 dengan jumlah sampel 83 responden yang memiliki usaha kuliner.

Pada penelitian ini, variabel yang menjadi observasi didefinisikan sebagai tabel seperti di bawah ini:

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
1.	Orientasi Kewirausahaan (X1)	Proses, praktik, dan aktivitas usaha yang menggunakan inovasi produk, pengambilan risiko, dan proaktif untuk	a. Keinovatifan b. Pengambilan risiko c. Kektifan d. Keagresifan bersaing	Lumpkin dan Dess (1996)

		bersaing yang dilakukan oleh pelaku usaha	e. Otonomi	
2.	Inovasi Produk (X2)	Penciptaan produk baru, pembaharuan dari produk yang sudah ada atau pembaharuan pada proses pembuatan produknya.	a. Perluasan lini produk b. Produk baru c. Produk yang benar-benar baru	Lukas dan Ferrell (2000)
3.	Keunggulan Bersaing (Y)	Kemampuan yang dimiliki pelaku usaha dalam menciptakan nilai yang lebih dari pesaingnya pada pasar yang sama.	a. Keunikan produk b. Harga bersaing c. Sulit dijumpai d. Sulit ditiru e. Sulit digantikan	Bharadwaj et al (1993)

Sumber: Data Diolah Peneliti 2020

HASIL DAN ANALISIS

Responden pada penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kecamatan Banjarmasin Tengah. Penyebaran kuisioner ini dilakukan secara langsung pada 30 November-7 Desember 2020.

Karakteristik responden menunjukkan sebagian besar berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 55 orang dan laki-laki sebanyak 28 orang. Rata-rata berusia antara 30-40 tahun dengan jenjang pendidikan terakhir SMA/ sederajat. Mayoritas lama usaha kurang dari 5 tahun.

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas semua item pernyataan pada instrumen penelitian memiliki skor lebih dari nilai r tabel yaitu 0,2159 sehingga dinyatakan valid. Menurut Ghozali (2018) dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk $df = n - 2$, dimana n merupakan jumlah sampel yaitu 83 dan 0,05 atau 5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan mampu untuk mengukur variabel independen orientasi kewirausahaan (X1) dan inovasi produk (X2) terhadap variabel dependen keunggulan bersaing (Y).

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas terhadap kuisioner yang dibagikan diperoleh nilai koefisien Alpha Cronbach (α) lebih besar dari 0,7 sehingga dinyatakan reliabel. Artinya indikator orientasi kewirausahaan (X1) dan inovasi produk (X2) menghasilkan jawaban responden dari instrumen yang disediakan stabil atau konsisten dalam mengukur keunggulan bersaing (Y).

Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas menunjukkan nilai tolerance masing-masing variabel lebih besar dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari nilai 10. Artinya tidak terdapat gejala multikolinieritas antara variabel orientasi kewirausahaan (X1) dan inovasi produk (X2).

Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dilakukan dengan metode glejser menunjukkan nilai Sig lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan orientasi kewirausahaan (X1) dan inovasi produk (X2) tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas atau tidak terdapat varians persfektif yang menimbulkan bias terhadap hasil penelitian, sehingga uji regresi yang dilakuian akan menunjukkan hasil yang efisien dan akurat.

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas didapatkan dengan menggunakan tes kolmogrov-smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig sebesar 0,200 memiliki nilai probabilitas pengujian lebih besar dari 0,05. Sehingga nilai orientasi kewirausahaan (X1) dan inovasi produk (X2) datanya berdistribusi normal atau penelitian ini diambil dari populasi yang tepat.

Uji Linearitas

Hasil uji linearitas diperoleh nilai *sig linearity variabel* orientasi kewirausahaan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai *sig linearity variabel* inovasi produk sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan variabel orientasi kewirausahaan (X1) dan inovasi produk (X2) secara signifikan memiliki hubungan yang linier dengan variabel keunggulan bersaing (Y).

Hasil Analisis

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Faktor	Koefisien Regresi	t hitung	Sig.	Keterangan
Konstanta	3,453			
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0,149	6,923	0,000	Signifikan
Inovasi Produk (X2)	0,265	2,693	0,009	Signifikan
t tabel = 1,990		f hitung = 80,758		
R = 0,818		Sig.f = 0,000		
R Square = 0,669		f tabel = 3,111		
Adjusted R Square = 0,660				

Sumber: Data Diolah Peneliti 2020

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing

Nilai koefisien X1 bernilai 0,149. Meunjukkan adanya pengaruh searah, variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif terhadap keunggulan bersaing. Sehingga, semakin tinggi nilai orientasi kewirausahaan semakin tinggi pula nilai keunggulan bersaing pada UMKM kuliner di Kecamatan Banjarmasin Tengah.

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Nilai koefisien X2 positif sebesar 0,265. Hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh searah, variabel inovasi produk berpengaruh secara positif terhadap keunggulan bersaing.

Artinya, semakin tinggi nilai inovasi produk semakin tinggi pula nilai keunggulan bersaing pada UMKM kuliner di Kecamatan Banjarmasin Tengah.

Uji F

Tabel 4. Nilai Fhitung dan Ftabel

Variabel Dependen	Fhitung	Ftabel	Sig.
Keunggulan Bersaing	80,758	3,111	0,000

Sumber: Data Diolah Peneliti 2020

Dari perbandingan F hitung dengan F tabel dapat diketahui bahwa angka F hitung lebih besar dari F tabel ($80,758 > 3,111$) dan dilihat berdasarkan nilai Sig. F sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua variabel independen orientasi kewirausahaan (X1) dan inovasi produk (X2) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen keunggulan bersaing (Y).

Uji t

Tabel 5. Nilai thitung dan ttabel Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk

Variabel Independen	Thitung	ttabel	Sig.	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan	6,923	1,990	0,000	Signifikan
Inovasi Produk	2,693	1,990	0,000	Signifikan

Sumber: Data Diolah Peneliti 2021

- a. Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing (H1)
Variabel orientasi kewirausahaan (X1) memiliki nilai t hitung 6,923 lebih besar dari t tabel 1,990, dan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan H1 yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan (X1) mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y) dapat diterima.
- b. Pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing (H2)
Variabel inovasi produk (X2) memiliki nilai t hitung 2,693 lebih dari t tabel 1,990, dan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga menunjukkan bahwa H2 yang menyatakan inovasi produk (X2) mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y) dapat diterima.

Pembahasan Hasil Penelitian

a. Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing pada pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Banjarmasin Tengah. Dilihat dari hasil sebaran kuisioner pada indikator keinovatifan menunjukkan bahwa hanya sedikit dari responden yang telah menjual produk baru dan berpikir kreatif dalam membuat produk. Pada indikator pengambilan risiko menunjukkan bahwa hanya sedikit responden yang berani dalam mengeksplorasi hal baru, namun dalam hal peminjaman modal dan ketersediaan sumber daya yang lebih pada keadaan yang tidak pasti sudah cukup baik. Pada

indikator keaktifan menunjukkan bahwa sebagian besar responden selalu berupaya mencari peluang dan dapat memanfaatkannya, namun masih ada yang belum berani untuk membuat produk baru yang berbeda di masa mendatang.

Kendati demikian, pada indikator keagresifan bersaing dan otonomi mendapatkan respon yang tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki keinginan yang besar untuk lebih unggul dari pesaingnya dan lebih menyukai memiliki usaha sendiri untuk dapat bekerja secara mandiri.

b. Inovasi Produk

Inovasi produk juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing selain orientasi kewirausahaan pada pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Banjarmasin Tengah. Dilihat dari hasil sebaran kuisioner melalui indikator perluasan lini sebagian besar responden menjawab setuju, hal tersebut menunjukkan bahwa mereka telah menjual produk yang beragam dengan menambahkan varian berbeda dalam lini produk yang sama. Pada indikator produk baru hanya sebagian yang menjawab setuju, sedangkan yang lainnya menjawab netral atau ragu. Karena hanya beberapa dari mereka yang menambahkan jenis produk berbeda untuk melengkapi produk yang telah mereka buat. Selanjutnya, pada indikator produk benar-benar baru sebagian besar menjawab netral atau ragu. Hal tersebut diakrenakan banyak dari responden masih menjual produk yang sejenis dengan pesaingnya, namun mereka berupaya untuk membuatnya berbeda dari yang telah dibuat oleh pesaing.

c. Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan kemampuan yang dimiliki pelaku usaha dalam menciptakan nilai yang lebih dari pesaingnya. Akan tetapi, keunggulan bersaing pada UMKM kuliner di Kecamatan Banjarmasin Tengah masih terbilang rendah. Meskipun dapat dilihat dari hasil sebaran kuisioner melalui indikator keunikan produk mendapat respon yang baik, karena cukup banyak responden menjawab setuju dan sisanya menjawab netral. Dan melalui indikator harga bersaing juga mendapat respon yang baik karena harga yang mereka tawarkan relatif sama dengan pesaingnya.

Namun, pada indikator tidak mudah dijumpai, tidak mudah ditiru, dan sulit digantikan hanya sedikit yang menjawab setuju. Hal tersebut dikarenakan sebagian besar responden menjual produk sejenis, yang artinya produk mudah untuk ditiru pesaing.

Implikasi Hasil Penelitian

a. Implikasi Teoritis

1. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing

Orientasi kewirausahaan berpengaruh secara langsung terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Banjarmasin Tengah. Secara rinci pada indikator variabel orientasi kewirausahaan, sebagian besar responden menjawab netral sampai dengan setuju. Jawaban para responden tersebut searah dengan tingkat keunggulan bersaing mereka, yang mana jika orientasi kewirausahaan mereka rendah maka keunggulan bersaingnya rendah. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Ndubisi (2014), adanya keterkaitan antara orientasi kewirausahaan, inovasi, dan

kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan mendukung inovasi pada sebuah usaha, dan inovasi akan memunculkan pemikiran baru. Kewirausahaan dan inovasi berhubungan dengan peningkatan kinerja usaha dalam keunggulan bersaing.

Sejalan dengan hasil penelitian Elisabeth Lisato Puspasari dan Susilo Toto Rahardjo (2017) menyatakan orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hasil penelitian Renita Helia, Naili Farida, dan Bulan Prabawan (2015) menyatakan orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Hasil penelitian Rossa Amalia Fatmawati, Ari Pradhanawati, Ngatno (2016) bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Didukung hasil penelitian Erni Jayaningrum, Brillyanes Sanawiri (2018) menyatakan orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

2. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Inovasi produk berpengaruh secara langsung terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Banjarmasin Tengah. Secara rinci pada indikator variabel inovasi produk, sebagian besar responden menjawab netral sampai dengan setuju. Jawaban para responden tersebut searah dengan tingkat keunggulan bersaing mereka, yang mana jika inovasi produk mereka rendah maka keunggulan bersaingnya rendah. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Gupta dan MacDaniel (2002) keunggulan bersaing tercipta apabila perusahaan mampu melakukan inovasi dan kreativitas dengan proses yang efektif dan terencana.

Sejalan dengan hasil dari penelitian Astrid Suspanigrum (2017) menyatakan inovasi berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hasil penelitian Ika Dwi Ayuningrum dan Edriana Pangestuti (2018) yang menunjukkan bahwa variabel inovasi memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing secara signifikan positif. Hasil penelitian Erni Jayaningrum, Brillyanes Sanawiri (2018) menyatakan inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dan hasil penelitian Hendri Herman, Hamdy Hady, Willy Arafah (2018) menyatakan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

b. Implikasi Praktis

a. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing

Orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini menunjukkan responden yaitu pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Banjarmasin Tengah dapat meningkatkan keunggulan bersaing dengan meningkatkan orientasi kewirausahaan. Penelitian ini mengandung implikasi praktis berdasarkan indikator penelitian sebagai berikut:

1. Keinovatifan yaitu melakukan kreativitas dan eksperimen dengan mengenalkan produk atau jasa baru serta kepemimpinan teknologi melalui riset dan pengembangan dalam proses baru.
2. Pengambilan risiko yaitu bertindak tegas untuk mencari tahu sesuatu yang baru, meminjam modal dalam jumlah banyak, dan mengalokasikan sumber daya dalam keadaan yang tidak pasti.

3. Keaktifan yaitu mencari peluang, berpikir tentang masa depan dengan mengenalkan produk baru.
4. Keagresifan bersaing yaitu upaya pelaku usaha untuk mengungguli pesaing yang ditandai oleh sikap atau tanggapan terhadap tindakan-tindakan pesaing.
5. Otonomi yaitu keinginan bekerja secara mandiri, mengambil tindakan dan membuat keputusan untuk memajukan konsep usaha.

b. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini menunjukkan responden yaitu pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Banjarmasin Tengah dapat meningkatkan keunggulan bersaing dengan meningkatkan inovasi produk. Penelitian ini mengandung implikasi praktis berdasarkan indikator penelitian sebagai berikut:

1. Perluasan lini yaitu membuat produk baru atau produk tambahan dalam lini produk yang sama, tetapi dengan menambahkan fitur tertentu.
2. Produk baru yaitu produk yang baru bagi pelaku usaha namun tidak bagi pasar.
3. Produk benar-benar baru yaitu produk yang termasuk baru bagi pelaku usaha dan pasar.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dalam penelitian yang telah dilakukan pada UMKM kuliner di Kecamatan Banjarmasin Tengah, maka kesimpulannya adalah:

1. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Kuliner di Kecamatan Banjarmasin Tengah. Orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing saling berpengaruh sehingga pelaku usaha perlu memperhatikan cara untuk meningkatkan orientasi kewirausahaan dengan lebih berinovatif dalam membuat produk, lebih berani dalam pengambilan risiko, lebih aktif dalam mencari peluang, lebih agresif dalam persaingan, dan bersikap otonomi agar dapat mencapai keunggulan bersaing.
2. Inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Kuliner di Kecamatan Banjarmasin Tengah. Inovasi produk dan keunggulan bersaing saling mempengaruhi sehingga pelaku usaha perlu memperhatikan cara untuk meningkatkan inovasi produk dengan memperluas lini produk, membuat produk baru yang berbeda dari produk yang sudah ada, dan membuat produk yang benar-benar baru bagi pasar agar dapat mencapai keunggulan bersaing.

Saran

Beberapa saran yang dirasa perlu untuk perbaikan di masa yang akan datang:

1. Bagi para pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Banjarmasin Tengah untuk dapat meningkatkan orientasi kewirausahaan dan inovasi produk agar dapat mencapai keunggulan bersaing.
2. Peneliti selanjutnya bisa memperluas ruang lingkup penelitian baik berupa objek dan jumlah sampel yang digunakan, tidak hanya pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Banjarmasin Tengah.

3. Bagi peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing sesuai dengan hasil penelitian terdahulu, sehingga tidak terbatas hanya pada variabel orientasi kewirausahaan dan inovasi produk saja.
4. Saat menyebarkan kuesioner atau pengumpulan data agar peneliti selanjutnya dapat melakukan pendampingan pada saat responden menjawab kuesioner tersebut agar data yang dihimpun bersifat objektif dan hasilnya tidak bias.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuningrum, I. D., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kepuasan Pengunjung Industri Pariwisata di Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Bharadwaj, Sundar G, P.R. Varadarajan, dan Jihn Fahy. (1993). Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Propositions. *Journal of Marketing, Vol.57*.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship Practice and Principles*. New York: Harpecollins Publisher.
- Fatmawati, R. A., Pradhanawati, A., & Ngatno. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran Pada Warung Kucingan/Angkringan di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 351-362.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gupta. (2002). Creating competitive advantage by effectively managing knowledge: A framework for knowledge management. *Journal of Knowledge Management Practice*.
- Helia, R., Farida, N., & Prabawani, B. (2015). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Antara (Studi Kasus pada IKM Batik di Kampung Batik Laweyan, Solo). *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science*.
- Herman, H., Hady, H., & Arafah, W. (2018). The Influence of Market Orientation and Product Innovation on the Competitive Advantage and Its Implication toward Small and Medium Enterprise (UKM) Performance. *International Journal of Science and Engineering Invention*.
- Jayaningrum, E., & Sanawiri, B. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Studi pada Kuliner Kafe Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 54 No. 1.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesembilan*. Jakarta: PT.Indeks Gramedia.
- Lukas, B. A., & Ferrell, O. C. (2000). The Effect of Market Orientation on Product Innovation. *Journal of The Academy of Marketing Science*, Vol 28, 239-247.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Crarifying The Entrepreneurial Orientation Construct And Linking It To Performance. *Academy Of Management Review*.
- Ndubisi. (2014). Entrepreneurship and Service Innovation. *Journal of Business & Industrial Marketing*, no. 29: 449-453.

- Porter, M. E. (1987). From Competitive Advantage to Competitive Strategy. *Harvard Business Review*, (May-June): 43-59.
- Porter, M. E. (2008). *Strategi Bersaing (Competitive strategy)*. Tangerang: Karisma publishing group.
- Prajogo, D. I., & Sohal, A. S. (2003). The Relationship between TQM Practices, Quality Performance and Innovation Performance: an Empirical Examination. *International Journal of Quality & Reliability Management Review*, 20(8), 901-918.
- Puspasari, E. L., & Raharjo, S. T. (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Dukungan Partner Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Industri Makanan Dan Minuman Skala Kecil Dan Menengah di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*.
- Suspaningrum, A. (2017). The Effect of Market Orientation and Innovation on Competitive Advantages. *Research Journal of Business and Management*.
- Syukron, M. Z., & Ngatno. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing UMKM Jenang di Kabupaten Kudus. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 5 Nomor 1.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (1996). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business*. Prentice Hall.