

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, dan Kreativitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Usaha DR. Spicy Cepu

Islah Fadhillah
Rachmawati Novaria
Sri Andayani

ABSTRAK

In this study, the researcher will explain the test of several factors that can influence Competitive Advantage, which are Entrepreneurial Orientation, Innovation, and Product Creativity in the business of DR. Spicy Cepu. To be able to know the effect of Entrepreneurship Orientation, Innovation, and Competitive Advantage, so researcher used quantitative research methods for maximum results, with survey research using questionnaire as an instrument.

The sample of this study used a non-probability sampling method (non-random sampling) using a purposive sampling technique of 100 respondents. The data analysis technique used is multiple regression analysis. The population of this study are consumers who have consumed products from DR. Spicy Cepu.

Data from respondents were collected through distributing questionnaires that had been tested for Validity and Reliability Tests. From the validity test, it is obtained that the r value of all items is greater than the value of r table (0.361), so it is stated that the questionnaire is valid, and from the reliability test, the cronbach alpha value > 0.60 is obtained so that it can be concluded that the questionnaire is reliable. The results of this study indicate that all independent variables namely Entrepreneurial Orientation, Innovation, and Product Creativity have a positive influence on the dependent variable namely Competitive Advantage.

Keywords: *Entrepreneurship Orientation, Innovation, Product Creativity, and Competitive Advantage*

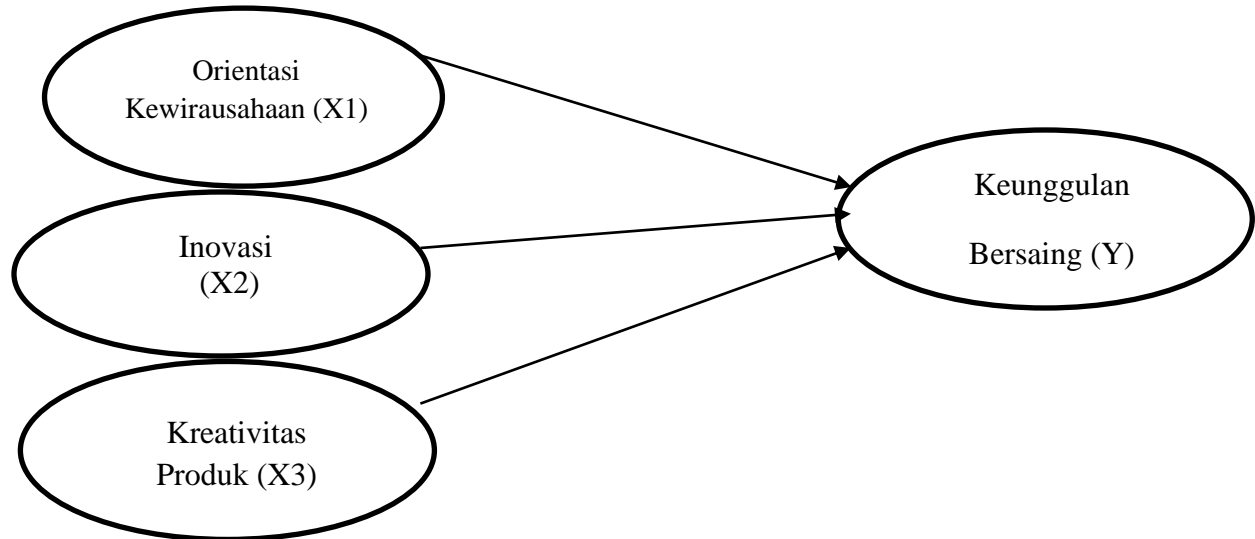
PENDAHULUAN

Banyak usaha kuliner yang bermunculan di Cepuyang membuat persaingan pada bidang usaha kuliner di cepu semakin banyak, dan semakin ketat pula persaingannya. Banyak pula usaha – usaha yang tidak memperhatikan beberapa aspek untuk tetap bisa mempertahankan keunggulan bersaing yang mereka miliki, sehingga banyak usaha – usaha kuliner yang tutup karena kalah dalam bersaing. Hal ini membuat saya ingin melakukan penelitian pada salah satu usaha yang berada di Kota Cepu sudahkan usaha tersebut menerapkan orientasi kewirausahaan dan berkaitan dengan inovasi dan kreativitas produk sehingga usaha tersebut bisa terus bersaing di pasaran, dan membuat konsumennya puas dengan produk yang usaha tersebut.

Berdasarkan survei pada Usaha Dr. Spicy di Perum Mentul Indah Jalan Kenanga No. 130. Usaha tersebut memiliki masalah yaitu semakin ketat dan banyaknya usaha kuliner dengan cita rasa pedas di Cepu maka tingkat persaingannyapun semakin besar, untuk tetap bisa bersaing dan tetap menjaga kualitas dan kuantitas dari produk yang dihasilkan, sehingga

disini saya ingin melihat seberapa besar Keunggulan Bersaing yang dimiliki oleh DR. Spicy.

KERANGKA PEMIKIRAN



HIPOTESIS PENELITIAN

1. (Ha1) : Ada pengaruh positif dan signifikan antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing.
(Ho1) : Tidak adanya pengaruh positif dan signifikan antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing
2. (Ha2) : Ada pengaruh positif dan signifikan antara Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing.
(Ho2) : Tidak adanya pengaruh positif dan signifikan antara Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing.
3. (Ha3) : Ada pengaruh positif dan signifikan antara Kreativitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing.
(Ho3) : Tidak adanya pengaruh positif dan signifikan antara Kreativitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dimana peneliti menggunakan kuesioner sebagai media untuk memperoleh data dari responden untuk kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS guna mengetahui seberapa besar dan berpengaruh variabel x terhadap variabel y.

TEMPAT DAN LOKASI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada usaha DR. Spicy Cepu, yang bertempat di Jalan Kenaga No. 130 Cepu.

POPULASI DAN SAMPEL

1. Populasi

Populasi dari penelitian ini adalah semua masyarakat yang pernah membeli produk makanan dari DR. Spicy Cepu.

2. Sampel

Sampel dari penelitian ini adalah responden yang sudah pernah atau akan membeli produk makanan pada usaha DR. Spicy Cepu.

PENGUKURAN INSTRUMEN

Untuk pengukuran instrumen disini peneliti menggunakan 2 uji instrumen yaitu

1. Uji Validitas

Uji ini digunakan oleh penulis bertujuan untuk mengetahui apakah data yang telah diolah sudah valid atau belum, data yang dinyatakan valid apabila data tersebut memiliki nilai r yang lebih dari r table.

2. Uji Reliabilitas

Digunakan untuk mengetahui data tersebut reliable atau tidak, data yang diolah dinyatakan reliable apabila memiliki nilai pada coarnboak lebih dari 0,600, apabila kurang dari itu maka dinyatakan tidak reliable.

TEKNIK ANALISIS DATA

1. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah data regresi yang diolah sudah memenuhi asumsi klasik, ada beberapa uji asumsi klasik yang harus diperhatikan dalam uji data ini yaitu

a. Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah data tersebut dinyatakan normal atau tidak.

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel x dengan variabel y .

c. Uji Heteroskedatisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah ada persamaan data atau variabel antara peneliti satu dengan yang lain.

d. Uji Autokorelasi

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat kesalahan pada periode t pada peneliti sekarang dan periode t dalam penelitian sebelumnya.

2. Uji Regresi Linier Berganda

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y

3. Uji Hipotesis

Digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan antara data sampel dan data populasi. Adapun beberapa uji yang perlu diperhatikan yaitu

- a. Uji Determinasi (R²)
Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa bisa variabel x menjelaskan detail mengenai variabel y.
- b. Uji Parsial (t)
Peneliti menggunakan uji ini sebagai petunjuk seberapa berpengaruh variabel x terhadap variabel y secara individu.
- c. Uji Simultan (F)
Digunakan untuk meneliti seberapa besar pengaruh dari seluruh variabel x terhadap variabel y apabila diolah secara bersama – sama.

DEFINISI KONSEP DAN OPERASIONAL

DEFINISI KONSEP

1. Orientasi Kewirausahaan (X1)
Orientasi Kewirausahaan melakukan inovasi dan selalu aktif dalam menciptakan hal – hal baru sehingga mampu meningkatkan kinerja usaha tersebut.
2. Inovasi (X2)
Inovasi adalah menciptakan atau mengembangkan suatu produk atau ide – ide baru menjadi lebih menarik dan memiliki nilai jual yang lebih, sehingga mampu menarik minat konsumen untuk membeli suatu produk tersebut secara terus menerus karena tidak merasa bosan dengan produk yang ditawarkan.
3. Kreativitas (X3)
Kreativitas adalah menciptakan suatu produk yang unik dan belum pernah ada dikalangan masyarakat dan tergolong baru pada suatu masyarakat atau daerah, sehingga produk tersebut mampu dijadikan icon produk dari suatu usaha yang belum bahkan tidak ada di usaha lainnya, hal ini pun mampu membuat konsumen penasaran dan ingin membeli produk yang dijual oleh usaha tersebut.
4. Keunggulan Bersaing (Y)
Keunggulan Bersaing adalah suatu manajemen yang harus dimiliki oleh sebuah usaha karena dengan adanya Keunggulan Bersaing, dan semakin besar pula keunggulan bersaing yang dimiliki oleh sebuah usaha maka usaha itu dapat terus berkembang dan berjalan ditengah padatnya persaingan yang berada disuatu wilayah tersebut.

DEFINISI OPERASIONAL

Variabel	Indikator	Sumber
Orientasi Kewirausahaan (X1)	1. Mengambil resiko 2. Kemampuan inovasi 3. Proaktif	Weerawerdenna (2003)
Inovasi (X2)	1. Perluasan Produk(<i>lineextensions</i>) 2. Peniruan Produk(<i>me-too products</i>)	Lukas dan Ferrell yang

	3. Produk Baru (<i>new-to-the-world products</i>).	diadaptasi oleh Nanang Wahyudin (2015)
Kreativitas (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keaslian pada tingkat kebaruan produk kemungkinan dapat di realisasikan. 2. Tingkat transformasi suatu produk. 3. Kelayakan produk yang menyangkut aspek kualitas dan ide produk 	Pasman yang diadaptasi oleh Rangga Dismawa (2013)
Keunggulan Bersaing (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keunikan produk/keistimewaan layanan. 2. Biaya/harga yang mampu bersaing di pasar. 3. Kualitas produk yang tersedia. 4. Pengalaman pelanggan. 5. Kemudahan konsumen untuk mendapatkan produk. 	(Mirza; 2011)

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

UJI INSTRUMEN DATA

1. Uji Validitas

Peneliti menggunakan uji ini untuk mengetahui apakah data yang diolah tersebut valid atau tidak, data yang valid nilai pada tabel r hitung akan lebih besar dari r table, dan sebaliknya. Pada data peneliti ini nilai r hitung memiliki angka yang lebih besar dari r table yang dapat disimpulkan bahwa data tersebut valid, dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%.

2. Uji Reliabilitas

Uji ini digunakan penulis untuk mengetahui apakah data yang telah diolah memiliki nilai yang reliable atau tidak, data akan dikatakan reliable apabila nilai pada tabel Cronbach memiliki nilai yang lebih besar dari 0,600, dan pada data peneliti memiliki nilai yang lebih dari 0,600 yang artinya data olahan tersebut dinyatakan reliable.

UJI KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Karakteristik Responden (Jenis Kelamin)

Jenis kelamin pada responden paling banyak adalah wanita dengan prosentase sebesar 75% dan pria sebesar 25%.

2. Karakteristik Responden (Umur)

Paling banyak berumur 20 – 30 tahun dengan prosentase sebesar 85%.

3. Karakteristik Responden (Pendapatan)

Pendapatan paling banyak yaitu dengan prosentase sebesar 63% berpendapatan Rp. 2.000.000

4. Karakteristik Responden (Pekerjaan)

Prosentase terbesar yaitu 63% berpekerjaan sebagai pelajar / mahasiswa.

REKAP PITULASI RESPONDEN

NO.	VARIABEL	INDIKATOR	MEAN	KETERANGAN
1.	X1 (Orientasi Kewirausahaan)	Proaktif	4,50	Sangat Setuju
2.	X2 (Inovasi)	Produk Baru	4,32	Sangat Setuju
3.	X3 (Kreativitas Produk)	Kelayakan Produk	4,42	Setuju
4.	Y (Keunggulan Bersaing)	Keunikan Produk	4,53	Sangat Setuju

UJI ANALISIS DATA

1. UJI ASUMSI KLASIK

a. Uji Normalitas

Peneliti menggunakan uji normalitas ini untuk dapat mengetahui apakah data yang diolah menunjukkan data yang normal atau tidak. Data akan dinyatakan normal apabila pada gambar histogram memiliki pola yang mengikuti garis, dan pada table p – polt memiliki titik – titik yang menyebar secara urut dan mengikuti garis pada gambar. Pada data peneliti ini dinyatakan normal karena pada gambar histogram dan p – polt memiliki ciri – ciri tersebut.

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini digunakan peneliti untuk mengetahui apakah data tersebut memiliki korelasi atau pengaruh terhadap Y. Dikatakan tidak terjadi masalah apabila pada table VIF memiliki nilai yang kurang dari 10 dan pada table tolerance memiliki nilai yang kurang dari 0,100, uji multikolinieritas yang diolah oleh peneliti menunjukkan tidak ada masalah pada uji tersebut karena memiliki ciri – ciri dan nilai yang disebutkan tadi.

c. Uji Heteroskedatisitas

Uji ini digunakan peneliti untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel yang sama dengan peneliti yang lain, akan dikatakan tidak terdapat heteroskedatisitas apabila titik – titik pada gambar menyebar tanpa membentuk pola tertentu. Pada hasil uji penelitian ini data tersebut dinyatakan tidak terjadi heteroskedatisitas karena memiliki titik – titik yang menyebar.

d. Uji Autokorelasi

Peneliti menggunakan ini untuk mengetahui apakah data tersebut terdapat autokorelasi, data dinyatakan tidak terjadi autokorelasi apabila nilai pada table durbin memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai durbin dan lebih kecil dari 4 – nilai durbin.

Pada penelitian ini memiliki nilai sebagai berikut 1,758 lebih kecil dari 2,201 dan lebih kecil dari 2,242 yang artinya pada data penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

2. UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Peneliti menggunakan uji ini untuk mengetahui seberapa besarkah pengaruh dari variabel X independen terhadap variabel Y dependen, sehingga peneliti dapat mengetahui besar kecilnya pengaruh yang dimiliki oleh beberapa variabel tersebut. Terdapat rumus pada uji tersebut yaitu $Y = (-1.886) + 0.389 X_1 + 0.249 X_2 + 0.426 X_3$ yang artinya adalah.

- a. Y akan mengalami penurunan sebesar -1.886 apabila tidak terjadi perubahan pada variabel X
- b. Variabel X_1 memiliki pengaruh pada Y sebesar 0.389 , yang artinya apabila terjadi perubahan pada X_1 akan mempengaruhi variabel Y.
- c. Variabel X_2 memiliki pengaruh pada variabel Y sebesar $0,249$, yang artinya apabila terjadi perubahan pada X_2 akan memiliki pengaruh pada variabel Y sebesar $0,249$.
- d. Variabel X_3 memiliki pengaruh pada Y sebesar $0,426$, yang artinya bila terjadi perubahan pada variabel X_3 akan berpengaruh pada variabel Y.

3. UJI HIPOTESIS

a. Uji Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan peneliti untuk mengetahui bisa atau tidak variabel X menjelaskan secara detail mengenai variabel Y pada data penelitian. Untuk mengetahui seberapa besar variabel X menjelaskan tentang variabel Y dapat dilihat pada tabel R Square nilai tersebut akan menjelaskan seberapa besar X bisa menjelaskan Y. Pada data peneliti memiliki nilai R Square sebesar $0,658$ atau $65,8\%$ variabel X mempengaruhi variabel Y, dan sisanya yaitu $34,2\%$ dijelaskan atau dipengaruhi dari luar variabel X.

b. Uji Parsial (t)

Uji ini digunakan peneliti untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y dengan berdiri sendiri / individu. Uji ini dikatakan memiliki pengaruh apabila nilai pada tabel sig memiliki nilai yang kurang dari $0,05$ dan memiliki nilai t yang lebih besar dari t tabel yang kemudian akan dinyatakan hipotesis tersebut diterima atau didukung. Pada tabel penelitian ini terdapat beberapa kesimpulan yaitu

- Nilai t pada X_1 sebesar $3,546$ dan lebih besar dari t tabel. Sehingga hipotesis nol dari X_1 ditolak, terdapat pengaruh terhadap X_1 pada variabel Y.
- Nilai t pada X_2 sebesar $3,720$ dan lebih besar dari t tabel. Sehingga hipotesis nol dari X_2 ditolak, terdapat pengaruh terhadap X_2 pada variabel Y.

- Nilai t pada X3 sebesar 5,572 dan lebih besar dari t tabel. Sehingga hipotesis nol dari X3 ditolak, terdapat pengaruh terhadap X3 pada variabel Y.

c. Uji Simultan (F)

Peneliti menggunakan uji ini untuk mengetahui apakah data yang diolah yaitu variabel X memiliki pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel Y. Semakin tinggi nilai dari F hitung maka semakin besar pula variabel X bersama – sama berpengaruh pada variabel Y. Pada data yang diolah oleh penulis memiliki nilai F sebesar 61,638 dan memiliki nilai yang lebih besar dari F tabel yaitu 2,70. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa data tersebut yaitu variabel X memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Y.

KESIMPULAN

1. Variabel X1 memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Y pada usaha DR. Spicy Cepu. Dapat dibuktikan dari beberapa aspek yang telah dilakukan oleh DR. Spicy sehingga pelanggan nyaman dan senang saat membeli produk dari DR. Spicy Cepu.
2. Variabel X2 memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Y pada usaha DR. Spicy Cepu, ini karena banyaknya inovasi – inovasi produk yang telah dilakukan oleh DR. Spicy sehingga pelanggan tidak merasa bosan dan jenuh dengan menu makanan yang ditawarkan.
3. Variabel X3 memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Y pada usaha DR. Spicy Cepu, hal ini dapat dilihat dari menu – menu yang ditawarkan oleh DR. Spicy memiliki hal yang lebih unik dibanding dengan menu dari usaha lain, sehingga pelanggan lebih senang dan lebih memilih untuk membeli produk makanan di usaha DR. Spicy Cepu.
4. Semua variabel X bersama – sama memiliki pengaruh terhadap variabel Y, yang artinya setiap variabel saling mempengaruhi variabel Y.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2011). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Penerbit Alabeta.
- Djodjono, C. V., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha nasi kuning di kota Manado. Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Echdar, Saban (2012). “Strategi Usaha Kecil Ritel untuk Meningkatkan Kinerja dan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan” (studikasus di kota Makasar). Makasar. *Jurnal ekonomidan Keuangan* Issn 1411-0393
- 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). Solo. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(4), 281-290.

Ikhsan, W. M. (2016). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Industri Keramik Kiara Condong Bandung. Bandung. *Jurnal Ekonomi Universitas Komputer Indonesia*. Jakarta.

Kotler, Philip., dan Gary Armstrong., (2012), *Dasar-dasar pemasaran*, Edisi kesembilan, Jilid 2, dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro, Jakarta: Indeks

Mowen, John C., & Michael Minor. (2002). *Consumer Behaviour*. (Lina Salim, penerj). Jakarta: Erlangga.

Puspasari, & Rahardjo, (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). Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 6(3), 225-232.

R. Heru Kristanto HC. (2009). *Kewirausahaan (entrepreneurship) Pendekatan Manajemen, dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Saiman, L. (2014). *Kewirausahaan (teori, praktik, dan kasus-kasus)*, edisi kedua. Jakarta. Salemba Empat.

Slamet, F., Tunjungsari, H. K., & Ie, M. (2014). *Dasar-dasar kewirausahaan: Teori dan praktik*. Jakarta: Indeks.

Sugiyono. (2009). *Metode penelitian kuantitatif, kuantitatif dan r&d*. Bandung: Alfabeta.

Wahyudin, Nanang. (2015). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja perguruan tinggi swasta (pts) pada sekolah tinggi dana kademi di Semarang*. Semarang. *Holistic Journal of Management Research* Vol. 3, No. 2, Agustus 2015.