



# PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, INOVASI PRODUK, DAN DUKUNGAN PARTNER TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (STUDI PADA INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN SKALA KECIL DAN MENENGAH DI KOTA SEMARANG)

Elisabeth Lisato Puspasari, Susilo Toto Rahardjo<sup>1</sup>  
sari.lisato@gmail.com

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50275, Phone: +622476486851

## ABSTRACT

*Industry in Indonesia been growing well from year to year, including growth in the food and beverage industry. More businessman interested and join the food and beverage industry nowadays. Many ways businessman do to win the competition in the industry or also known as competitive advantage. This research's objectives are to test the influence of entrepreneurial orientation, product innovation, and partnership support against the competitive advantage of food and beverage industry in Semarang city.*

*Taking a sample of 150 respondents from businessman in food and beverage industry in Semarang city using simple random sampling technique selecting respondents. The method of data analysis used is multiple regression analysis, where the analysis consist of validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, t test, and F test.*

*The result of multiple regression analysis shows that product innovation variable (0.363) and partnership support (0.152) variable have positive and significant influence to competitive advantage, while entrepreneurial orientation (0.087) has positive but not significant influence to competitive advantage.*

*Keywords: entrepreneurial orientation, product innovation, partnership support, competitive advantage*

## PENDAHULUAN

Berdasarkan data investasi PMDN tahun 2012-2015 di Indonesia, pada tahun 2015 investasi terbesar diberikan pada industri makanan dan minuman yaitu sebesar Rp24.533.990.000,00. Tingginya pertumbuhan industri makanan dan minuman industri menjadikan sektor ini menjadi satu dari sejumlah sektor yang dijadikan prioritas pemerintah dalam mendorong industri sebagai penggerak ekonomi nasional. Maka tidak heran jika sektor industri mamin menjadi salah satu sektor andalan dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).

Permintaan pelanggan yang semakin beragam meningkatkan persaingan yang semakin ketat antara para pelaku industri makanan dan minuman. Para pengusaha harus menciptakan kreasi pada produk sedemikian rupa sehingga menarik perhatian pelanggan dan membuat produknya lebih unggul dibandingkan dengan para pesaingnya, atau dengan kata lain menciptakan keunggulan bersaing. Hal ini membuat berkembangnya usaha makanan di berbagai tempat di Indonesia, tak terkecuali di Kota Semarang.

---

<sup>1</sup> Elisabeth Lisato Puspasari, Susilo Toto Rahardjo

**Tabel 1**  
**Daftar UMKM Per Wilayah di**  
**Kota Semarang Tahun 2016**

<b>Nama Kecamatan</b>	<b>Jumlah UMKM yang Terdaftar</b>
Banyumanik	148
Candisari	37
Gajahmungkur	52
Gayamsari	53
Genuk	72
Gunungpati	52
Mijen	21
Ngaliyan	75
Pedurungan	461
Semarang Barat	101
Semarang Selatan	183
Semarang Tengah	51
Semarang Timur	54
Semarang Utara	93
Tembalang	177
Tugu	73
<b>TOTAL</b>	<b>1703</b>

Sumber: Dinas UMKM dan Kota Semarang

Dari di atas terlihat bahwa total terdapat 1703 UMKM yang sudah terdaftar di Kota Semarang per tahun 2016. Terdapat beragam faktor yang mempengaruhi tercapainya keunggulan bersaing. salah satunya adalah sikap orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh para pelaku bisnis. Beberapa penelitian terdahulu menyatakan bahwa pelaku bisnis yang memiliki orientasi kewirausahaan memiliki kinerja yang lebih baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan dukungan partner berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Industri makanan dan minuman di Kota Semarang.

## **KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

### **Orientasi Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing**

Terdapat keterkaitan antara variabel orientasi kewirausahaan, inovasi, dan kewirausahaan (*new entry*), keterkaitan ini disebut dengan "*triadic connect*" (Ndubisi, 2014). Orientasi kewirausahaan mendukung inovasi di dalam organisasi dan inovasi mendorong munculnya *new entry*. Kewirausahaan dan inovasi merupakan konsep yang sering dihubungkan dengan peningkatan kinerja perusahaan sebagai sumber daya dalam keunggulan bersaing.

Hills dan La Forge (dalam Weerawardena dan Coote 2001) berpendapat bahwa suatu perusahaan harus memiliki pemahaman yang baik mengenai peran kewirausahaan berbasis inovasi dalam keunggulan bersaing agar dapat lebih mengenal pasar yang dihadapi. Muzyka dan Hills (dalam Weerawardena dan Coote 2001) menambahkan untuk dapat lebih memahami kewirausahaan guna mencapai keunggulan bersaing, perusahaan perlu menyelidiki bagaimana model pemasaran yang disusun oleh perusahaan menyesuaikan pasar dan lingkungan.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Weerawardena dan Coote (2001) menunjukkan bahwa kewirausahaan memiliki peranan penting dalam strategi persaingan yang diterapkan oleh perusahaan. Penelitian tersebut menjelaskan bagaimana perusahaan yang berdasarkan kewirausahaan akan memanfaatkan inovasi berbasis teknologi maupun non-teknologi, dan semua inovasi yang diterapkan tersebut mengarah pada keunggulan bersaing berkelanjutan.

Dari berbagai penelitian tersebut maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>1</sub>: Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.**

#### **Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing**

Menurut Ndubisi (2014), di lingkungan bisnis yang semakin berkembang, dinamis, perusahaan perlu untuk memperbaiki pelayanan dan menambahkan nilai tambah produk melalui berbagai aktivitas kewirausahaan dan inovatif. Inovasi merupakan adopsi dari sebuah idea atau kebiasaan baru yang diterapkan dalam organisasi, yang melibatkan semua dimensi dalam aktivitas organisasi, seperti produk baru, teknologi proses produksi baru, sistem administrasi baru, dan program atau rencana baru dalam organisasi.

Proses inovasi yang diterapkan oleh setiap perusahaan memiliki perbedaan kebutuhan keuangan yang muncul karena perbedaan modal yang dimiliki oleh setiap perusahaan. Tahap *research and development (R&D)* membutuhkan waktu beberapa saat hingga perusahaan benar-benar memutuskan manakah produk yang akan dipasarkan dan pada masa-masa inilah tidak ada keuntungan bagi para investor sehingga harus menyediakan apa yang disebut dengan *long-term patient money*.

Barney (dalam Luno, Cabrera, dan Wiklund, 2007) menjelaskan bagaimana cara untuk menjaga keunggulan bersaing yang berkelanjutan yaitu dengan cara menciptakan penghalang bagi imitasi. Inovasi yang dihasilkan perusahaan harus memiliki nilai tersendiri, orisinal, tidak dapat ditiru, dan sulit untuk digantikan.

Dari berbagai penelitian tersebut maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>2</sub>: Inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.**

#### **Dukungan Partner dan Keunggulan Bersaing**

Penelitian yang dilakukan oleh Yu Wi et.al (2011) menyatakan bahwa memiliki hubungan yang baik dengan mitra bisnis membawa pengaruh pada keunggulan bersaing suatu perusahaan. Perusahaan perlu menekankan pada evaluasi kapabilitas mitra bisnisnya serta integrasi sumber daya terutama dalam bidang inovasi dan kualitas dalam rangka untuk meningkatkan hubungan dengan mitra melalui kerjasama teknikal dan strategi aliansi. Semua usaha tersebut akan membantu perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing yang lebih baik serta pertumbuhan kinerja organisasi yang konstan.

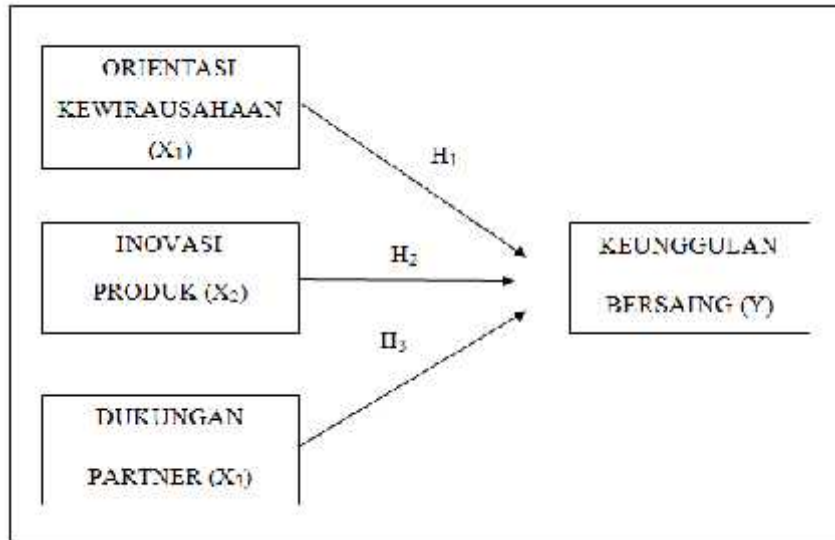
Menurut Meyskens (2010), masalah utama yang dihadapi oleh perusahaan yang sedang merintis adalah ketersediaan sumber daya dalam jumlah besar. Cara terbaik untuk mengatasi permasalahan perusahaan yang sedang merintis adalah dengan cara bekerja sama dengan mitra yang dapat menyediakan sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan. Mendapatkan dukungan mitra dari berbagai sektor, mempermudah perusahaan untuk mendapatkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan sehingga mendukung untuk mencapai keunggulan bersaing

Penelitian yang dilakukan oleh Tsou, Cheng, dan Hsu (2015) menemukan bahwa dengan menyeleksi partner yang tepat akan membuat perusahaan memiliki keunggulan bersaing melalui inovasi-inovasi yang diciptakan.

Dari berbagai penelitian tersebut maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>3</sub>: Dukungan partner berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.**

**Gambar 1**  
**Kerangka Pemikiran Teoritis**



Sumber: Ndubisi (2014), Barney (2007), Tsou et.al (2015)

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini yang berperan sebagai variabel independen adalah orientasi kewirausahaan ( $X_1$ ), inovasi produk ( $X_2$ ), dan dukungan partner ( $X_3$ ). Dalam penelitian ini yang berperan sebagai variabel dependen adalah keunggulan bersaing ( $Y$ ).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah industri makanan dan minuman di kota Semarang. Sampel diambil dengan menggunakan metode *simple random sampling*. Alasan peneliti menggunakan metode ini adalah karena setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih atau terambil. Sampel pada penelitian ini adalah pelaku usaha industri makanan dan minuman berskala kecil dan menengah di Kota Semarang.

Pada penelitian ini, metode pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar angket atau kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi berganda dengan program *Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 22.0.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada penelitian ini, proses penyebaran kuesioner ditujukan kepada 150 responden yaitu pelaku bisnis pada industri makanan dan minuman. Beberapa bisnis telah memiliki tempat usaha permanen, namun beberapa lainnya tidak memiliki tempat usaha permanen dan biasa berjualan pada berbagai festival kuliner, seperti Festival Kuliner Semarang yang biasa diadakan di Mall Sriratu Semarang, *Car Free Day* di sekitar Kawasan Simpang Lima Semarang, serta Pasar Semawis.

Hasil perhitungan regresi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2  
Hasil Analisis Regresi Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,148	1,836		3,348	,001
X1	,077	,079	,087	,969	,334
X2	,321	,080	,363	4,009	,000
X3	,081	,040	,152	2,050	,042

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Dari hasil tersebut dapat dituliskan hasil uji regresi berganda dalam persamaan regresi *standardized* adalah:

$$Y = 0.087 X_1 + 0.363 X_2 + 0.152 X_3$$

Berdasarkan keterangan persamaan regresi di atas, diketahui bahwa keunggulan bersaing dipengaruhi oleh variabel orientasi kewirausahaan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.087, variabel inovasi produk dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.363 dan variabel dukungan partner dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.152.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menilai sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang mendekati 1 menandakan variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel terikat (Ghozali, 2016). Besarnya nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) pada penelitian ini adalah sebesar 0.203 yang memiliki arti bahwa 20.3% dari ketiga variabel bebas yaitu orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan dukungan partner mampu menjelaskan variasi variabel keunggulan bersaing, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

### Uji t

Uji-t menunjukkan sejauh mana pengaruh satu variabel bebas secara individual (orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan dukungan partner) terhadap variabel terikat (keunggulan bersaing), menggunakan taraf nyata = 5% atau 0.05 (Ghozali, 2016). Hasil uji t semua variabel independen mempunyai t hitung yang lebih besar daripada t tabel yang berarti bahwa ketiga variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen atau dengan kata lain  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dua variabel independen yaitu inovasi produk dan dukungan partner memiliki nilai signifikansi < 0.05 maka kedua variabel independen ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keunggulan bersaing, sedangkan 1 variabel independen yaitu orientasi kewirausahaan memiliki nilai signifikansi > 0.05 sehingga dapat dinyatakan variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing.

### KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan dukungan partner berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.

Pelaku bisnis pada industri makanan dan minuman di Kota Semarang cenderung menciptakan jenis bisnis yang mengikuti tren pasar, namun ketika tren tersebut sudah tidak lagi

*booming*, mereka akan berhenti atau mengganti jenis usahanya. Berbagai inovasi diciptakan oleh pelaku bisnis pada industri mamin di Kota Semarang, tidak hanya inovasi pada menu-menu yang ditawarkan namun juga desain kemasan. Inovasi yang dilakukan pada produk dapat berupa mengembangkan produk yang telah ada, meniru produk, atau menciptakan produk yang baru yang unik. Salah satu jenis dukungan partner yang didapat oleh pelaku bisnis pada industri mamin di Kota Semarang adalah hadirnya layanan *go-food* yang ditawarkan oleh aplikasi *go-jek*. Bagi pelaku bisnis pada industri mamin, hal ini memberikan banyak keuntungan, karena kemudahan dalam memesan makanan yang ditawarkan pada konsumen meningkatkan permintaan.

Saran yang dapat diberikan peneliti bagi para pelaku bisnis industri makanan dan minuman di Kota Semarang adalah mengikuti program-program kewirausahaan yang, bergabung dengan organisasi atau himpunan wirausaha guna meningkatkan daya saing,. Dalam bidang inovasi produk saran yang dapat diberikan adalah, pelaku bisnis dapat melakukan riset terlebih dahulu seperti memahami tren pasar saat ini, tanggap terhadap berbagai fenomena yang sedang terjadi, atau tetap bertahan pada keunikan produk namun mengembangkannya agar lebih beragam sehingga dapat mencapai pasar yang lebih luas. Selain itu dalam menjalin hubungan dengan partner bisnis membuat perjanjian yang jelas dengan partner bisnis dan saling menjaga kepercayaan dengan partner bisnis.

## REFERENSI

- Badan Pusat Statistik Indonesia. 2017. "Indeks Produksi Bulanan Industri dan Sedang, 2010-2017". Diakses pada 19 April 2017. [https://www.bps.go.id /linkTabelStatis/view/id/1061](https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1061).
- Badan Pusat Statistik Indonesia. "Konsep Industri". Diakses pada 20 April 2017. <https://www.bps.go.id/Subjek/view/id/9>.
- Beaver, Graham, dan Christopher Prince. 2002. "Innovation, Entrepreneurship and Competitive Advantage in The Entrepreneurial Venture". *Journal of Small Business and Enterprise Development* 9, no. 1: 28-37.
- Beaver, Graham, dan Jennings. 2005. "Competitive Advantage and Entrepreneurial Power The Dark Side of Entrepreneurship". *Journal of Small Business and Enterprise Development*, no. 12: 9-23.
- Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heizer, Jay, dan Barry Render. 2008. *Operations Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Jacobs, Roberts, dan Richard Chase. 2005. *Manajemen Operasi dan Rantai Pasokan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Karya Dosen. 2010. "Pengelolaan Inovasi Menuju Keunggulan Kompetitif". Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjajaran, 22 Sempember. Diakses pada 20 April 2017. <http://mm.fe.unpad.ac.id/pengelolaan-inovasi-menuju-keunggulan-kompetitif/>.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. 2016. "Industri Mamin Tumbuh 7,5 Persen pada Triwulan I/2016". Diakses pada 19 April 2017. <http://www.kemenperin.go.id/artikel/15450/Industri-Mamin-Tumbuh-7,5-Persen-pada-Triwulan-I2016>.
- Luthans, F. 2005. *Organizational Behavior*. New York: McGraw-hill.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Remaja Rosdakarya.



- Menteri Perindustrian Republik Indonesia. 1986. Surat Keputusan Menteri Perindustrian Nomor: 19/M/SK/1986 Tentang Sistim Klasifikasi Industri Serta Pemberian Nomor Kodenya yang Berada di Bawah Pembinaan Masing-Masing Direktorat Jenderal Dalam Lingkungan Departemen Perindustrian. Menteri Perindustrian. Jakarta.
- Meyskens. 2010. "How Do Partnership Lead to a Competitive Advantage? Applying the Resource Based View to Nascent Social Ventures". *FIU Electronic Theses and Dissertations*. Paper 238.
- Miles, Morgan, dan Darroch. 2006. "Large Firms, Entrepreneurial Marketing Processes, and the Cycle of Competitive Advantage". *European Journal of Marketing*, no.40: 485-501.
- Moehariono. 2010. *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Muhammad Iqbal. 2016. "Menakar Prospek Industri Makanan dan Minuman". Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. Diakses pada 19 April 2017. <http://www.kemenperin.go.id/artikel/14292/Menakar-Prospek-Industri-Makanan-dan-Minuman>.
- Ndubisi. 2014. "Entrepreneurship and Service Innovation". *Journal of Business & Industrial Marketing*, no. 29: 449-453.
- Nurlaila. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia I*. Penerbit Lep Khair.
- Perez-Luno, Ana, Ramon Valle Cabrera, dan Johan Wiklund. 2007. "Innovation and Imitation as Sources of Sustainable Competitive Advantage". *Management Research: Journal of the Iberoamerican Academy of Management*, no.5: 71-82.
- Porter, Michael, dan Maulana. 1993. *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Presiden Republik Indonesia. 2014. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2014 Tentang Perindustrian. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Rivai, Vethzal, dan Basri. 2005. *Performance Appraisal: Sistem yang Tepat Untuk Menilai Kinerja Karyawan dan Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Rulam. 2012. "Definisi dan Teori Kewirausahaan". Informasi Pendidikan Nasional, 18 Juni. Diakses pada 25 Maret 2017. <http://www.infodiknas.com/definisi-dan-teori-kewirausahaan.html>.
- Tsou, Hung-Tai, Colin C.J. Cheng, dan Hsuan-Yu Hsu. 2015. "Selecting Business Partner for Service Delivery Co-Innovation and Competitive Advantage". *Management Decision*, no. 53: 2107-2134.
- Weerawardena, Jay, dan Leonard Coote. 2001. "An Empirical Investigation into Entrepreneurship and Organizational Innovation-based Competitive Strategy". *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, no.3: 51-70.
- Wibowo. 2012. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Wiklund, Johan, dan Shepherd. 2003. "Knowledge-Based Resources, Entrepreneurial Orientation, and the Performance of Small and Medium-Sized Business". *Strategic Management Journal*, no. 24: 1307-1314.



Yi Wu dkk. 2011. "A Study of the Relationship Among Supplier Capability, Partnerhsip, and Competitive Advantage in Taiwan's Semiconductor Industry". *International Journal of Electronic Business Management*, no. 9: 122-138.