

# PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, INOVASI PRODUK DAN DUKUNGAN PARTNER TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA MASA PANDEMI COVID 19

(Studi kasus UMKM makanan dan minuman di Kota Bekasi)

Imelda Aprileny<sup>1</sup>, Alfi Syahra<sup>2</sup>, Jayanti Apri Emarawati<sup>3</sup>

<sup>1),2)</sup> STIE Indonesia, Jl. Kayu Jati Raya no.11A, Rawamangun, Jakarta Timur

<sup>3)</sup> UPI YAI Jakarta, Jl. Diponegoro 74, Jakarta Pusat

[iaprieny@gmail.com](mailto:iaprieny@gmail.com)

## Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 31/05/2022

Tanggal Revisi : 03/07/2022

Tanggal Diterima : 16/07/2022

## Abstract

*The purpose of the study was to determine the effect of entrepreneurial orientation, product innovation and partner support on competitive advantage in food and beverage SMEs in Bekasi City. The population in this study were business actors registered with the Department of Cooperatives and SMEs. The sample was determined based on the Nonprobability method using a saturated sample, the number of respondents obtained was 75 respondents as a sample. This study uses a type of quantitative research which is analyzed using SPSS (Software Product and Service Solution) Version 24 with hypothesis testing using the Classic Assumption Test, Multiple Linear Analysis, Coefficient of Determination, T Test, F Test. Data collection techniques use the method of distributing questionnaires or Google form to consumer. The results of this study indicate that the entrepreneurial orientation towards competitive advantage. Product innovation has a positive effect on competitive advantage, partner support has a positive effect on competitive advantage. Entrepreneurial orientation, product innovation and partner support have a joint effect on competitive advantage.*

**Keywords: Entrepreneurship Orientation, Product Innovation, Partner Support, Competitive Advantage**

## Abstrak

*Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kolaborasi wirausaha, inovasi produk dan dukungan mitra terhadap keunggulan bersaing UKM makanan dan minuman di Bekasi. Subyek survei ini adalah usaha yang terdaftar di koperasi dan Biro UKM. Sampel ditentukan dengan metode non-probabilitas dengan menggunakan sampel jenuh, dan jumlah responden yang diterima adalah 75 sebagai sampel. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang dianalisis dalam SPSS (Software Product and Service Solution) versi 24, menggunakan uji penerimaan klasikal, analisis linier berganda, koefisien determinasi, uji-t, dan uji-F. Distribusikan kuesioner atau Google. Formulir untuk konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kewirausahaan ditujukan pada keunggulan bersaing. Inovasi produk memiliki dampak positif pada keunggulan kompetitif, dan dukungan mitra memiliki dampak positif pada keunggulan kompetitif. Kolaborasi kewirausahaan, inovasi produk, dan dukungan mitra bergabung untuk menciptakan keunggulan kompetitif.*

**Kata Kunci: Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dukungan Partner, Keunggulan Bersaing**

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Kota Bekasi merupakan salah satu tempat dimana UMKM menunjukkan pertumbuhan yang pesat. Hal ini terlihat pada jumlah usaha kecil yang lebih banyak dibandingkan dengan usaha menengah dan besar. Jumlah usaha besar dan menengah yang ada di Kota Bekasi hanya 0,7% dari total jumlah usaha di Kota Bekasi, sedangkan jumlah usaha kecil dan menengah mencapai 99,26% [1].

Terkait UMKM, Pemerintah Kota Bekasi telah melakukan berbagai upaya untuk memajukan UMKM, salah satunya adalah Koperasi dan Dinas UMKM Kota Bekasi untuk memperkuat orientasi usaha guna meningkatkan perekonomian lokal bagi anggota UMKM. Kewirausahaan untuk mewujudkan dan menciptakan baik sumber daya produktif baru maupun pengelolaan sumber daya yang ada dengan peningkatan nilai potensi untuk menciptakan sesuatu yang tidak ada.

Orientasi adalah pemeriksaan untuk menentukan sikap yang benar dan benar (arah, tempat, dan lain-lain). Kewirausahaan adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari nilai-nilai, kemampuan dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup dan bagaimana memanfaatkan risiko-risiko tersebut, berbagai risiko yang mungkin dihadapinya [2].

Menurut Pasal 3 Ayat 2 Undang-Undang Perindustrian Republik Indonesia Nomor 201, yang menyatakan bahwa industri dapat didefinisikan sebagai segala bentuk kegiatan ekonomi yang mengubah bahan baku dan/atau menggunakan sumber daya industri sedemikian rupa untuk menghasilkan barang dengan nilai atau manfaat yang lebih tinggi, termasuk jasa industri.

Sektor industri tetap memberikan kontribusi terbesar terhadap struktur produk domestik bruto (PDB) pada triwulan II-2019 dengan peningkatan 19,52% (*year-on-year*). Pada semester II, pertumbuhan ekonomi tercatat sebesar 5,05%.

BEKASI, DAKTA.COM - Pemerintah Kota Bekasi fokus memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan menggelar kursus pelatihan. "Untuk itu, kami terus memberikan penyuluhan kepada anggota UMKM mulai dari pengemasan, pemasaran dan promosi," kata CFO UMKM Dinas Koperasi dan UMKM dan Anak di Kota Bekasi, Herawan, saat debat publik di Radio Dakta, Rabu, 27 Maret. Diakui Herawan, sejak pelatihan dilakukan, para pelaku UMKM di Kota Bekasi mengalami kemajuan dan peningkatan dalam hal pembangunan. "Alhamdulillah jumlah UMKM di kota Bekasi bertambah, hampir 3000 pelaku usaha yang kami bina dari produk dan jasa," jelasnya. Kepala Bidang Penataan Informal, Irob Ruhyadi, juga mengakui bahwa tingkat pelaku UMKM di Kota Bekasi telah meningkat dari usaha kecil menengah (UKM) menjadi mikro. "Setelah pelatihan, mereka naik level. Hal ini tentunya terkait dengan kebijakan Pemkot Bekasi dalam memberdayakan UMKM," ujarnya.

Benny Tunggul, Ketua Bidang Pengembangan Kehidupan Kota Tim Pengembangan dan Pelaksana Pemerintah (TWUP) Walikota menjelaskan, peran UMKM di perkotaan sangat penting karena dapat memperkuat perekonomian", dia menyatakan.

Dengan mendorong pemberdayaan UMKM, Pemkot Bekasi terus mempromosikan produk-produk anggota UMKM, kata Sayekti Rubiah, Kabag Humas Setda Kota Bekasi. Ia menyimpulkan: "Kami menyoroti UMKM di kota Bekasi. Secara umum, dalam sebuah bisnis atau organisasi, inovasi dan kewirausahaan adalah konsep yang sering dikaitkan dengan peningkatan kinerja bisnis sebagai strategi atau sumber daya untuk keunggulan kompetitif. Berdasarkan penelitian yang melibatkan 331 perusahaan menunjukkan bahwa orientasi bisnis berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing [3]. Serupa dengan penelitian ini, ditemukan bahwa orientasi bisnis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing [4]. Dengan orientasi bisnis yang kuat, perilaku ini akan mendorong pemilik atau pengelola UKM untuk terus belajar untuk mendapatkan keunggulan kompetitif.

Serta penelitian yang dilakukan pada usaha mikro dan kecil, khususnya melalui strategi berbasis sumber daya berupa sumber daya dan kapabilitas [5]. Oleh karena itu, perilaku berorientasi kewirausahaan diperlukan untuk meningkatkan sumber daya melalui sikap inovatif dan berani mengambil risiko yang dapat meningkatkan daya saing usaha kecil dan mikro dalam hal keunggulan biaya, dan keunggulan konsentrasi.

Di saat semua bisnis terus berkembang, perusahaan perlu meningkatkan layanan dan meningkatkan nilai produknya, termasuk mempertahankan inovasi [6]. Proses inovasi adalah adopsi semua aspek organisasi, termasuk produk baru. Proses inovasi adalah adopsi semua aspek organisasi, termasuk produk baru. Proses yang menggunakan teknologi, rencana, atau sistem tata kelola baru dalam suatu organisasi.

Hubungan baik dengan rekanan atau mitra bisnis memiliki pengaruh yang besar terhadap keunggulan bersaing suatu perusahaan. Dengan memperhatikan penilaian kemampuan sekutu atau sekutu maka ia akan mampu meningkatkan keunggulan bersaingnya dalam suatu industri atau pasar. Selain itu, dengan menciptakan integrasi yang baik, sumber daya yang kuat, terutama di bidang inovasi dan kualitas, dimungkinkan untuk meningkatkan hubungan dengan mitra bisnis atau mitra untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang lebih besar dari pesaing lainnya. Menurut penelitian menyatakan bahwa kemitraan atau kemitraan bisnis memiliki hubungan

yang signifikan dalam meningkatkan keunggulan kompetitif suatu perusahaan atau organisasi [7]. Kemitraan atau kemitraan antara dua pihak dalam suatu organisasi atau bisnis yang memiliki efek kompetitif yang langgeng. Melalui pengembangan inovasi yang dirancang oleh kedua belah pihak akan menciptakan keunggulan bersaing yang tinggi. Untuk perusahaan yang tidak cukup besar, salah satu masalah yang umum terjadi adalah terkait dengan sumber daya untuk kegiatan produksinya. Salah satu cara untuk mengatasi hal tersebut adalah dengan mendapatkan dukungan dari mitra yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Adanya dukungan mitra akan memudahkan suatu perusahaan memperoleh sumber daya untuk membantunya dalam mencapai keunggulan bersaing di pasarnya. Monczka dan Trent juga menyebutkan pentingnya mengembangkan kemitraan untuk mengintegrasikan seluruh rantai pasokan perusahaan. Jika sebuah perusahaan dapat menciptakan kemitraan yang baik. Kemitraan kemudian dapat membangun kepercayaan dan juga menciptakan sistem yang terintegrasi untuk secara tidak langsung meningkatkan persaingan di antara para pihak dalam kemitraan. Agar topik ini menarik seiring berkembangnya kewirausahaan saat ini dan menciptakan peluang bisnis yang akan berkembang pesat untuk masa depan kewirausahaan, tentu kita harus memberikan layanan kemitraan atau kerja bersama.

Berdasarkan gambaran umum yang disampaikan di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji "Pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan dukungan mitra terhadap keunggulan bersaing (studi kasus pada UMKM sektor makanan dan minuman selama pandemi Covid 19)".

#### **Perumusan Masalah**

1. Bagaimana Dampak orientasi bisnis terhadap keunggulan bersaing pada UKM makanan dan minuman?
2. Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing UKM makanan dan minuman?
3. Bagaimana pengaruh dukungan mitra terhadap keunggulan bersaing UKM makanan dan minuman?
4. Bagaimana Pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan dukungan mitra terhadap keunggulan bersaing UKM makanan dan minuman?

#### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh orientasi bisnis terhadap keunggulan bersaing pada UKM makanan dan minuman.
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing terhadap keunggulan bersaing pada UKM makanan dan minuman.
3. Untuk mengetahui pengaruh dukungan mitra terhadap keunggulan bersaing UKM makanan dan minuman.
4. Mengetahui pengaruh orientasi usaha, inovasi produk dan dukungan mitra terhadap keunggulan bersaing UKM makanan dan minuman.

#### **METODE PENELITIAN**

##### **Strategi Penelitian**

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian *survey*. Penelitian pada dasarnya adalah menunjukkan fakta dan memecahkan masalah untuk apa yang sedang dipelajari. Untuk mencapai tujuan tersebut, telah dilakukan metode penelitian yang tepat dan sesuai.

##### **Populasi dan sampel**

##### **Populasi Penelitian**

Populasi yang dicakup dalam penelitian ini adalah Pelaku Usaha UMKM Kota Bekasi, dengan jumlah responden penelitian Pelaku UMKM Kota Bekasi sebanyak 75 orang.

##### **Sampel penelitian**

Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah seluruh UMKM makanan dan minuman yang terdaftar di UMKM Walikota Kota Bekasi sebanyak 75 UMKM. Penulis melakukan penelitian ini dengan harapan bahwa responden adalah pihak yang dapat memberikan informasi faktual dan memiliki hubungan yang sesuai.

**Tabel 1. Operasional Variabel Penelitian**

Variabel	Indikator	No items	
Orientasi Kewirausahaan (X1) <i>Sumber : Cynthia dan Tawas 2014</i>	Inovatif	1-2	
	Pengambilan risiko	3-4	
	Proaktif	5-7	
	Keagresifan Bersaing	8-9	
	Otonom	10	
Inovasi Produk (X2) <i>Sumber: Hubeis dalam Sya'roni dan Sudirhan (2012:4)</i>	Penemuan Produk	11	
	Pengembangan Produk	12	
	Duplikasi Produk	13	
	Sintesis produk	14	
Dukungan Partner (X3) <i>Sumber: Agung Sofani et al. (2017:207)</i>	Penekanan Pada Kualitas Tinggi	15	
	Hubungan Jangka Panjang	16	
	Pemecahan Masalah Bersama	17	
	Perbaikan Berkelanjutan	18	
	Perencanaan Penetapan Tujuan Bersama	19	
	Keunggulan Bersaing (Y) <i>Sumber: Lucky Radi et al, (2016:107)</i>	Cost Leadership	20
		Differentiation	21
		Focus	22

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Data Responden

#### Deskripsi Responden

Berikut ini adalah data responden dalam penelitian yang sudah didapat melalui kuesioner yang disebarkan melalui *google form* kepada pelaku UMKM khususnya dibidang Makanan dan Minuman yang ada di Walikota Bekasi.

**Tabel 2. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

KETERANGAN	TOTAL	PERSENTASE
Pria	30	40%
Wanita	45	60%
<b>Jumlah</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan pada tabel 2 diatas menunjukkan bahwa paling banyak data responden berjenis kelamin Wanita yaitu sebanyak 45 responden dengan persentase ialah 60%. Berdasarkan dari data tersebut maka disimpulkan adalah sebagian besar adalah pelaku usaha berjenis kelamin perempuan.

**Tabel 3. Data Responden Berdasarkan Usia**

KETERANGAN	TOTAL	PERSENTASE
17 – 25 Tahun	63	84%
26 – 35 Tahun	10	13%
36 – 45 Tahun	2	2%
46 – 55 Tahun	1	1%
<b>Jumlah</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan pada tabel 3 diatas menunjukkan bahwa sebagian data responden paling banyak adalah pelaku usaha UMKM berusia 17-25 tahun persentase 84% dikarenakan banyak pelaku usaha muda yang membangun usaha UMKM di Kota Bekasi.

**Tabel 4. Data Responden Berdasarkan Pendapatan**

KETERANGAN	TOTAL	PERSENTASE
<1.500.000	39	51%
2.000.000 – 5.000.000	23	31%
6.000.000 – 8.000.000	6	8%
9.000.000 – 12.000.000	4	6%
>12.000.000	3	4%
<b>JUMLAH</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah (2021)

Berdasarkan pada tabel 4 diatas menunjukkan bahwa pendapatan sebagian responden adalah kurang 1.500.000 yaitu sebanyak 39 responden atau 51%. Kemudian responden dengan pendapatan antara 2.000.000 – 5.000.000 sebanyak 23 responden atau 31%, selanjutnya dengan pendapatan antara 6.000.000 – 8.000.000 sebanyak 6 responden atau 8%. Selanjutnya dengan pendapatan antara 9.000.000 – 12.000.000 sebanyak 4 atau 6%, dan pendapatan lebih dari 12.000.000 sebanyak 3 responden atau 4%. Sehingga responden yang terbesar penghasilan kurang dari 1.500.000 karena untuk saat ini pendapatan dengan nominal segitu tidak mendapatkan untung banyak tapi melainkan bisa membiayai keperluan bahan pasokan.

**Tabel 5. Data Responden Berdasarkan Jenis Usaha**

KETERANGAN	TOTAL	PERSENTASE
Makanan	53	71%
Minuman	22	29%
<b>JUMLAH</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah (2021)

Berdasarkan pada tabel 5 diatas menunjukkan bahwa sebagian jenis usaha sebagian besar data responden menunjukkan usaha makanan sebanyak 53 atau 71% dan usaha minuman sebanyak 22 atau 29%. Berdasarkan jenis usaha responden yang sebagian besar adalah makanan terdapat 53 orang atau 71%.

**Tabel 6. Data Responden Berdasarkan Lama Usaha**

Keterangan	TOTAL	PERSENTASE
0 – 5 Tahun	66	88%
5 – 10 Tahun	4	5%
>10 Tahun	5	7%
<b>JUMLAH</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah (2021)

Berdasarkan pada tabel 6 diatas menunjukkan bahwa untuk lama usaha responden 0-5 tahun sebanyak 66 orang atau 88%. Kemudian lama responden 5 – 10 tahun yaitu sebanyak 4 orang atau 4%. Sedangkan lama usaha lebih dari 10 tahun yaitu sebanyak 5 orang atau 7%. Berdasarkan Lama usaha yang diketahui bahwa 0 – 5 tahun sebanyak 66 orang atau 88%. Dikarenakan banyak pelaku usaha yang membuka usahanya itu ingin merasakan hal baru di bidang usaha makanan dan minuman di Kota Bekasi.

**Tabel 7. Data Responden Berdasarkan Skala Usaha**

KETERANGAN	TOTAL	PERSENTASE
Kecil	58	77%
Menengah	17	23%
<b>JUMLAH</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah (2021)

Berdasarkan pada tabel 7 diatas menunjukkan bahwa sebagian skala usaha sebagian besar data responden menunjukkan skala usaha kecil sebanyak 58 atau 77% dan skala usaha menengah 17 atau 23%. Berdasarkan Skala usaha responden yang paling banyak adalah usaha kecil terdapat 58 orang atau 77% dikarenakan usaha berskala kecil biasanya memiliki anggaran yang lebih kecil dalam menjalankannya. Hal ini disebabkan karena sumber modal biasanya hanya bersumber dari pemilik usaha saja. Sehingga para usaha UKM harus mengatur anggaran se-efisien mungkin demi kelancaran operasional usaha.

**Tabel 8. Hasil Uji Validitas Instrumen**

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan	0,65	0,2272	Valid
Inovasi Produk	0,70	0,2272	Valid
Dukungan Partner	0,80	0,2272	Valid
Keunggulan Bersaing	0,80	0,2272	Valid

Sumber: Data Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 8 dapat disimpulkan bahwa variabel diatas mempunyai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan dinyatakan demikian dan dapat disimpulkan bahwa semua dalam indikator teruji hasil validitasnya. Sehingga untuk variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap indikator digunakan setiap variabel dependen dan independen dapat menjadikan sebagai alat ukur variabel.

**Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Indikator	Cronbach Alpha Item	Cronbach Alpha	Keputusan
Orientasi Kewirausahaan	0,888	0,60	Reliable
Inovasi Produk	0,831	0,60	Reliable
Dukungan Partner	0,902	0,60	Reliable
Keunggulan Bersaing	0,737	0,60	Reliable

Sumber: Data Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 9 dapat disimpulkan bahwa variabel diatas mempunyai *Cronbach Alpha*  $>$  0,60 dengan dinyatakan demikian dan disimpulkan bahwa semua dalam indikator teruji hasil reliabilitasnya. Sehingga untuk variabel dalam penelitian ini dinyatakan *reliable*, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap indikator digunakan setiap variabel dependen dan independen dapat menjadikan sebagai alat ukur variabel.

**Analisis Statistik Data**  
**Analisis Regresi Linier Berganda**

**Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
L		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.183	.211		.866	.389
	R_OK	.382	.117	.360	3.256	.002
	R_IP	.281	.082	.318	3.419	.001
	R_DP	.273	.083	.290	3.301	.002

a. Dependent Variable: R\_KB  
Sumber: Data Diolah, 2021

Berdasarkan hasil diatas diperoleh dari persamaan regresi berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = 0,183 + 0,382X_1 + 0,281X_2 + 0,273X_3$$

Y = Keunggulan Bersaing  
X<sub>1</sub> = Orientasi Kewirausahaan  
X<sub>2</sub> = Inovasi Produk  
X<sub>3</sub> = Dukungan Partner

**Analisis Koefisien Determinasi**

**Koefisien Determinasi Parsial (R<sup>2</sup> Partial)**

Setelah menghitung koefisien determinasi parsial maka selanjutnya menghitung koefisien determinasi simultan untuk mengetahui seberapa besar dari pengaruh variabel-variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dapat dilihat dari koefisien determinasi parsial.

**Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing**

**Tabel 11. Hasil Analisis Koefisien Determinasi parsial Orientasi Kewirausahaan (X<sub>1</sub>) dengan Keunggulan Bersaing (Y)**

			Correlations	
Control Variables			T_OK	T_KB
Orientasi Kewirausahaan dan Dukungan Partner	OK	Correlation	1.000	.363
		Significance (2-tailed)	.	.002
		Df	0	71
	KB	Correlation	.363	1.000
		Significance (2-tailed)	.002	.
		Df	71	0

Sumber: Data diolah SPSS (2021)

Berdasarkan hasil tabel 11 dipeoleh koefisien korelasi parsial antara X<sub>1</sub> dengan Y 0,363. Dengan nilai koefisien determinasi orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD_{2.13} &= r_{2.13}^2 \times 100\% \\ &= 0,363^2 \times 100\% \\ &= 13.17\% \end{aligned}$$

Nilai koefisien determinasi orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing sebesar 13.17%. sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing sebesar 13.17% dan sisanya 86.83% dipengaruhi oleh variabel lain.

### Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

**Tabel 12. Hasil Analisis Koefisien Determinasi parsial Inovasi Produk (X<sub>2</sub>) dengan Keunggulan Bersaing (Y)**

			Correlations	
Control Variables			T_IP	T_KB
Inovasi Produk Dan Dukungan Partner	T_IP	Correlation	1.000	.377
		Significance (2-tailed)	.	.001
		Df	0	71
	T_KB	Correlation	.377	1.000
		Significance (2-tailed)	.001	.
		Df	71	0

Sumber: Data diolah SPSS (2021)

Berdasarkan hasil 12 dipeoleh koefisien korelasi parsial antara X<sub>2</sub> dengan Y 0,377. Dengan nilai koefisien determinasi inovasi produk terhadap Keunggulan bersaing dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD_{2.13} &= r_{Y2.13}^2 \times 100\% \\ &= 0,377^2 \times 100\% \\ &= 14.21\% \end{aligned}$$

Nilai koefisien determinasi inovasi produk terhadap keunggulan bersaing sebesar 14.21%. sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing sebesar 14.21% dan sisanya 85.79% dipengaruhi oleh variabel lain.

### Pengaruh Dukungan Partner Terhadap Keunggulan Bersaing

**Tabel 13. Hasil Analisis Koefisien Determinasi parsial Dukungan Partner (X<sub>3</sub>) dengan Keunggulan Bersaing (Y)**

			Correlations	
Control Variables			T_DP	T_KB
Dukungan Partner dan Keunggulan Bersaing	T_DP	Correlation	1.000	.364
		Significance (2-tailed)	.	.002
		Df	0	71
	T_KB	Correlation	.364	1.000
		Significance (2-tailed)	.002	.
		Df	71	0

Sumber: Data diolah SPSS (2021)

Berdasarkan hasil 13 dipeoleh koefisien korelasi parsial antara X<sub>2</sub> dengan Y 0,364. Dengan nilai koefisien determinasi Dukungan Partner terhadap Keunggulan bersaing dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD_{2.13} &= r_{Y2.13}^2 \times 100\% \\ &= 0,364^2 \times 100\% \\ &= 13.24\% \end{aligned}$$

Nilai koefisien determinasi dukungan partner terhadap keunggulan bersaing sebesar 13.24%. sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh dukungan partner terhadap keunggulan bersaing sebesar 13.24% dan sisanya 86.76% dipengaruhi oleh variabel lain.



## Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Tabel 14. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.884 <sup>a</sup>	.782	.773	.20525

a. Predictors: (Constant), R\_DP, R\_IP, R\_OK

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil tabel 14 yang diolah dan disimpulkan maka nilai r yaitu korelasi sebesar 0,884. Sehingga Koefisien Determinasi berpengaruh dengan nilai 0,773 atau 77.3% yang diartikan maka variabel independen yaitu orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan dukungan partner yang mempengaruhi keunggulan bersaing sebesar 77.3%. Sedangkan faktor-faktor lain berpengaruh 22.7% terhadap keunggulan bersaing.

### Pengujian Hipotesis

#### Uji Hipotesis (Uji T)

Tabel 15. Hasil Uji Hipotesis (Uji T)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.183	.211		.866	.389
	Orientasi Kewirausahaan	.382	.117	.360	3.256	.002
	Inovasi Produk	.281	.082	.318	3.419	.001
	Dukungan Partner	.273	.083	.290	3.301	.002

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Data diolah SPSS 24 (2021)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial:

#### 1. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan tabel 4.25 uji hipotesis (Uji T) yang dilakukan untuk, diperoleh bahwa nilai signifikan pada variabel orientasi kewirausahaan dengan nilai sebesar  $0.002 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima sehingga pengujian tersebut terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing.

#### 2. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan tabel 4.25 uji hipotesis (Uji T) yang dilakukan untuk, diperoleh bahwa nilai signifikan pada variabel inovasi produk dengan nilai sebesar  $0.001 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima sehingga pengujian tersebut terdapat pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing.

#### 3. Pengaruh Dukungan Partner Terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 4.25 uji hipotesis (Uji T) yang dilakukan untuk, diperoleh bahwa nilai signifikan pada variabel dukungan partner dengan nilai sebesar  $0,002 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima sehingga pengujian tersebut terdapat pengaruh dukungan partner terhadap keunggulan bersaing.

## Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Tabel 16. Hasil Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.727	3	3.576	84.881	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2.991	71	.042		
	Total	13.718	74			

a. Dependent Variable: R\_KB

b. Predictors: (Constant), R\_DP, R\_IP, R\_OK

Sumber: Data diolah SPSS 24 (2021)

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 16 bahwa dapat dilihat nilai F hitung sebesar 84.881 > F tabel sebesar 2,730. Jika nilai signifikan < 0,05. Dari data diatas maka dikatakan bahwa 0,000 < 0,005 yang dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha dapat diterima. Maka hal ini dapat membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan dukungan partner secara bersamaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

### Temuan Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dengan cara menyebar secara online pernyataan kuesioner kepada 75 responden dan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 24 serta pengujian-pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka hasil penelitian akan dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa Orientasi Kewirausahaan secara parsial yang diperoleh nilai signifikan t sebesar 0.002 < 0,05 berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing Pada UMKM Makanan dan Minuman. Sehingga hal ini sejalan dengan penelitian yang menemukan bahwa Orientasi Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing [8], [9], [10]. Dapat disimpulkan bahwa semakin banyak para wirausahaan akan semakin meningkat dengan adanya keunggulan bersaing pada setiap produk.

#### 2. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa inovasi secara parsial yang diperoleh nilai signifikan t sebesar 0,001 < 0.05 berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Sehingga hal ini sejalan dengan penelitian yang menemukan bahwa Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing dapat meningkatkan inovasi produk guna mencapai keunggulan bersaing yaitu dengan cara berorientasi kewirausahaan [11-13].

#### 3. Pengaruh Dukungan Partner terhadap Keunggulan Bersaing

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa dukungan patner secara parsial yang diperoleh nilai signifikan t sebesar 0,002 < 0,05 berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Sehingga hal ini sejalan dengan penelitian yang menemukan bahwa dukungan partner berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing dapat meningkatkan dukungan partner guna mencapai keunggulan bersaing yaitu dengan cara berorientasi kewirausahaan [13].

#### 4. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Dukungan Partner

Dari hasil Uji hipotesis Simultan F menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan dukungan partner secara simultan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dengan melihat nilai signifikan yaitu sebesar 0,000. Sehingga hubungan yang ditunjukkan oleh koefisien regresi adalah positif, maka artinya semakin baik orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan dukungan partner secara simultan, maka keunggulan bersaing akan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan dukungan partner terhadap keunggulan bersaing [11] [13].

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis dan pembahasan bab sebelumnya tentang pengaruh orientasi bisnis, inovasi produk, dan dukungan mitra terhadap keunggulan bersaing (Studi Kasus UKM Pangan dan Makanan) minum selama pandemi Covid 19 di Kota Bekasi, kesimpulan yang didapat dalam penelitian ini adalah:

1. Orientasi start-up/kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keunggulan bersaing UKM di industri makanan dan minuman. Memiliki pengaruh positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat orientasi bisnis perusahaan, maka semakin tinggi pula keunggulan bersaing perusahaan tersebut.
2. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Makanan dan Minuman. Terdapat pengaruh positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kemauan perusahaan untuk mengembangkan inovasi produknya ternyata memberikan dampak pada peningkatan kemampuan perusahaan dalam menghadapi persaingan.
3. Dukungan partner berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Makanan dan Minuman. Hal ini menunjukkan bahwa yang didapat oleh pelaku bisnis pada umkm mamin di Kota Bekasi adalah hadirnya kerjasama layanan gofood yang ditawarkan oleh aplikasi gojek. Hal ini memberikan banyak keuntungan, karena kemudahan dalam memesan makanan yang ditawarkan pada konsumen meningkatkan permintaan.
4. Orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan dukungan partner berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing. Sehingga dapat meningkatkan suatu kemampuan perusahaan dalam menghadapi persaingan dan dapat mengembangkan inovasi produk untuk meningkatkan partnership dalam layanan *online*. Hal ini dapat memberikan banyak keuntungan untuk usaha tersebut

## DAFTAR RUJUKAN

- [1] Badan Pusat Statistik. Konsep Industri. (n.d.). Retrieved November 17, 2020, from <https://www.bps.go.id/Subjek/view/id>.
- [2] Suryana. Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang. Jakarta: Salemba Empat; 2013.
- [3] Sirivanh, Thongvanh, et al. The Effect of Entrepreneurial Orientation and Competitive Advantage on SMEs Growth: A Structural Equation Modeling Study. *International Journal of Business and Social Science* 2014;5.
- [4] Pardi, S., Suyadi, I., Arifin, Z. The Effect of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation toward Learning Orientation, Innovation, Competitive Advantages and Marketing Performance. *European Journal of Business and Management* 2014;6:69-80.
- [5] Metekohy, S. Pengaruh strategi resource-based dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing usaha kecil dan usaha mikro (studi pada usaha jasa etnis Maluku). *Jurnal Aplikasi Manajemen* 2013;11:12-20.
- [6] Ndubisi, N. O. Relationship marketing and customer loyalty. *Marketing Intelligence & Planning* 2007;25:98-106. <https://doi.org/10.1108/02634500710722425>.
- [7] Wu, Hung-Yi., et al. A Study On The Relationship Among Supplier Capability, Partnership and Competitive Advantage in Taiwan's Semiconductor Industry. *International Journal of Electronic Business Management* 2011;9:122-138
- [8] Chinchang, P. Entrepreneurial Orientation and Sustainable Competitive Advantage: an Empirical Research of Furniture Export Business in Thailand. *JOURNAL OF SOUTHERN TECHNOLOGY* 2020;13:108-120. [https://so04.tci-thaijo.org/index.php/journal\\_sct/article/view/205294](https://so04.tci-thaijo.org/index.php/journal_sct/article/view/205294).

- [9] Lestari, I., Astuti, M., Ridwan, H. Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 2019;4:111-118. 10.36226/jrmb.v4i1.245.
- [10] Dewi, A. A. A. M. W., Indrayani, L., Tripalupo, L. E. Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Kerajinan Perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar. Skripsi, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ekonomi Dan Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, 2019.
- [11] Paulus, A. L., Wardhani, Z. K. Keunggulan Bersaing Usaha Cake dan Bakery: Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi Produk. *Jurnal Manajemen* 2018;10:88-96. doi:<http://dx.doi.org/10.29264/jmmn.v10i2.4080>.
- [12] Helia, R., N. F. Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing melalui inovasi produk sebagai variabel anatara (Studi kasus pada IKM Batik di Kampung Batik Laweyan Solo). *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science* 2015;4:281-29.
- [13] Puspasari, E. L., Rahardjo, S. T. 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* 2017;6:225-232.