

SKRIPSI

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR DAN
INOVASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA INDUSTRI
MAKANAN DAN MINUMAN DI JAKARTA BARAT**



DIAJUKAN OLEH

NAMA : KELVIN

NPM : 115210398

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT GUNA
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN JURUSAN KEWIRAUSAHAAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TARUMANEGARA

JAKARTA

2024

SKRIPSI

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR DAN
INOVASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA INDUSTRI
MAKANAN DAN MINUMAN DI JAKARTA BARAT**



DIAJUKAN OLEH

NAMA : KELVIN

NPM : 115210398

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT GUNA
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN JURUSAN KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANEGARA
JAKARTA**

2024

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Kelvin

NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210398

Program Studi : Manajemen bisnis



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 27 November 2024



Kelvin

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Kelvin

NIM : 115210398

PROGRAM/JURUSAN : S1/Manajemen Bisnis

KONSENTRASI : Kewirausahaan

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN,
ORIENTASI PASAR DAN INOVASI TERHADAP
KEUNGGULAN BERSAING PADA INDUSTRI
MAKANAN DAN MINUMAN DI JAKARTA
BARAT

Jakarta, 21 November 2024

Pembimbing,



(Oey Hannes Widjaja S.E., M.M., MIKOM)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI



NAMA : Kelvin
NIM : 115210398
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR
DAN INOVASI TERHADAP KEUNGGULAN
BERSAING PADA INDUSTRI MAKANAN
DAN MINUMAN DI JAKARTA BARAT



Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 18 Desember 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : YUSI YUSIANTO S.E., M.E.
2. Anggota Penguji : - OEY HANNES WIDJAJA S.E., M.M., MIKOM
- HALIM PUTERA SISWANTO, S.E., M.M

Jakarta, 7 Januari 2025

Pembimbing.

(OEY HANNES WIDJAJA S.E., M.M., MIKOM)

ABSTRACT
TARUMANEGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA

- (A) KELVIN (115210398)
- (B) *THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION, MARKET ORIENTATION AND INNOVATION ON COMPETITIVE ADVANTAGE IN THE FOOD AND BEVERAGE INDUSTRY IN WEST JAKARTA.*
- (C)
- (D) ENTREPRENEUR
- (E) *Abstract:*

The food and beverage industry in Indonesia is experiencing significant growth and is one of the main drivers of the economy. However, with increasing competition in this sector, companies need to have a sustainable competitive advantage to exist and develop. This study aims to examine the effect of entrepreneurial orientation, market orientation, and innovation on competitive advantage in the food and beverage industry in Indonesia. The approach used is quantitative with data collection methods through questionnaires distributed to MSME entrepreneurs in West Jakarta. This study obtained 90 respondents who could be analyzed. The analysis was carried out using the Structural Equation Model (SEM) model. The results of the study are expected to provide useful insights for entrepreneurs in formulating effective strategies to maintain competitive advantage in a dynamic market.
- (F) *Reference : 44 (1985-2024)*
- (G) Oey Hannes Widjaja S.E., M.M., MIKOM.

ABSTRAK
UNIVERSITAS TARUMANEGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

- (A) KELVIN (115210398)
- (B) PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR DAN INOVASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN DI JAKARTA BARAT
- (C)
- (D) KEWIRAUSAHAAN
- (E) Abstrak:
- Industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dan menjadi salah satu pendorong utama perekonomian. Namun, dengan meningkatnya persaingan di sektor ini, perusahaan perlu memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan untuk tetap eksis dan berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan inovasi terhadap keunggulan bersaing pada industri makanan dan minuman di Indonesia. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada pengusaha UMKM di Jakarta Barat. Penelitian ini didapatkan 90 responden yang dapat dianalisis. Analisis dilakukan dengan menggunakan model Structural Equation Model (SEM). Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pengusaha dalam merumuskan strategi yang efektif untuk mempertahankan keunggulan bersaing di pasar yang dinamis.
- (F) Daftar pustaka: 44 (1985-2024)
- (G) Oey Hannes Widjaja S.E., M.M., MIKOM.

HALAMAN MOTTO

To the infinity and beyond

-Buzz lightyear-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini kami persembahkan untuk

Diri kami masing-masing,

Dosen pembimbing kami

Oey Hannes Widjaja S.E., M.M., MIKOM.

Dan seluruh keluarga dan teman-teman kami yang kami kasihi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan anugerah-Nya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Tarumangara.

Penulisan skripsi ini tidak mungkin dapat berjalan dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Oey Hannes Widjaja S.E., M.M., MIKOM. selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah memberikan seluruh waktunya untuk memeriksa skripsi ini, memberikan arahan dan juga bimbingan agar penulis mampu untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., MBA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Frangky Selamat, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Seluruh dosen dan juga staf pengajar Universitas Tarumanagara, yang telah membimbing, memberikan seluruh ilmu dan juga pengajarannya kepada penulis selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Para staf administrasi dan staf perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, yang telah membantu penulis dalam prosesnya mencari sumber-sumber ilmu melalui buku-buku yang ada di perpustakaan selama penulis menuntut ilmu di Universitas Tarumanagara, sehingga dengan pelayanan dan bantuan dari pihak perpustakaan, maka skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
6. Ayah, Ibu dan adik saya yaitu Herman, Lieyannah, dan Kristian yang selalu mendukung saya tanpa rasa lelah sedikitpun berupa doa, motivasi, materiil dan kasih sayang yang selalu saya dapatkan tanpa kekurangan suatu apapun.
7. Teman-teman XVI yaitu adinda, ajeng, albinia, angeline, dini, dhira, evelyn,

eric, tiffani, dan yesha yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini

8. Kepada teman-teman yang memiliki dosen pembimbing yang sama yaitu Stanley, Bradley, Sadam, Bles dan masih banyak lagi sebagai teman seperjuangan saya selama kuliah dan menghadapi seluruh tantangan perkuliahan dan juga teman penulisan skripsi baik dalam memotivasi ataupun memberikan motif dan saran.
9. Seluruh pihak dan juga orang-orang yang tidak bisa penulis sebutkan, terimakasih banyak untuk kalian yang selama ini ikut membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 4 Desember 2024

Nama Mahasiswa

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	ii
ABSTRACT	vi
ABSTRAK.....	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. PERMASALAHAN	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah.....	7
3. Batasan Masalah.	7
4. Rumusan Masalah.....	8
B. TUJUAN DAN MANFAAT.....	8
1. Tujuan	8
2. Manfaat	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
A. GAMBARAN UMUM TEORI.....	10
B. DEFINISI KONSEPTUAL VARIABEL	11
1. Orientasi Kewirausahaan (EO)	11
2. Orientasi Pasar	13
3. Inovasi	14
4. Keunggulan Bersaing	15
C. KAITAN ANTAR VARIABEL.....	17
1. Keterkaitan antara Orientasi Kewirausahaan dengan Keunggulan Bersaing.....	17
2. Keterkaitan antara Orientasi Pasar dengan Keunggulan Bersaing.....	17

3. Keterkaitan antara Inovasi dengan Keunggulan Bersaing	18
D. PENELITIAN YANG RELEVAN.....	19
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Desain Penelitian	27
B. Populasi, Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel	27
C. Operasional Variabel dan Instrumen.....	28
1. Orientasi Kewirausahaan.....	29
2. Orientasi Pasar	31
3. Inovasi	32
4. Keunggulan Bersaing	33
D. Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas	33
1. Validitas	33
2. Reliabilitas	38
E. Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN	42
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	44
B. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	44
C. HASIL ANALISIS DATA.....	48
1. Hasil Analisis Outer model	48
2. Hasil Analisis <i>Inner model</i>	48
D. PEMBAHASAN.....	53
BAB V PENUTUP	56
A. KESIMPULAN	56
B. KETERBATASAN DAN SARAN	56
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	63
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	79
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Definisi Orientasi Kewirausahaan.....	12
Tabel 2.2 Definisi Orientasi Pasar.....	14
Tabel 2.3 Definisi Inovasi	15
Tabel 2.4 Definisi keunggulan bersaing	16
Tabel 2.5 Matrix Kajian Literatur	19
Tabel 3.1 Skala Penelitian	29
Tabel 3.2 Operasional Variabel Orientasi Kewirausahaan	30
Tabel 3.3 Operasional Variabel Orientasi Pasar	32
Tabel 3.4 Operasional Variabel Inovasi.....	32
Tabel 3.5 Operasional Variabel Keunggulan Bersaing.....	33
Tabel 3.6 Hasil Analisis Avarage Variance Extracted (AVE)	35
Tabel 3.7 Hasil Analisis Loading Factor	35
Tabel 3.8 Hasil Analisis Cross loading.....	37
Tabel 3.9 Hasil Analisis fornell-larcker criterion	38
Tabel 3.10 Hasil Analisis Reliabilitas (Cronbach's Alpha dan Composite reliabilities) ...	39
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Orientasi Kewirausahaan.....	45
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Orientasi Pasar.....	46
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Inovasi	47
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Keunggulan Bersaing	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Effect Size (f ²).....	49
Tabel 4. 7 Hasil Uji Signifikansi (p-value)	50
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Bootstrapping.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman di Indonesia tahun 2011-2023.....	2
Gambar 1.2 Data Jumlah Usaha Kuliner Terbanyak di Berbagai Provinsi Indonesia Tahun 2020.....	4
Gambar 2.1 Kaitan antara Orientasi Kewirausahaan dengan Keunggulan Bersaing	17
Gambar 2.1 Kaitan antara Orientasi Kewirausahaan dengan Keunggulan Bersaing	17
Gambar 2.2 Kaitan antara Orientasi Pasar dengan Keunggulan Bersaing	18
Gambar 2.2 Kaitan antara Orientasi Pasar dengan Keunggulan Bersaing	18
Gambar 2.3 Kaitan antara Inovasi dengan Keunggulan bersaing	19
Gambar 2.3 Kaitan antara Inovasi dengan Keunggulan bersaing	19
Gambar 2. 4 Kerangka Penelitian	26
Gambar 2. 4 Kerangka Penelitian	26
Gambar 4.1 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	42
Gambar 4.1 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	42
Gambar 4.2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	43
Gambar 4.2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	43
Gambar 4.3 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir	44
Gambar 4.3 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir	44
Gambar 4.4 Hasil Uji Teknik Bootstrapping.....	50
Gambar 4.4 Hasil Uji Teknik Bootstrapping.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	63
Lampiran 2 Data Hasil Kuesioner	68
Lampiran 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	75
Lampiran 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Lampiran 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	76
Lampiran 6 Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model Analysis</i>)	76
Lampiran 7 Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model Analysis</i>)	77

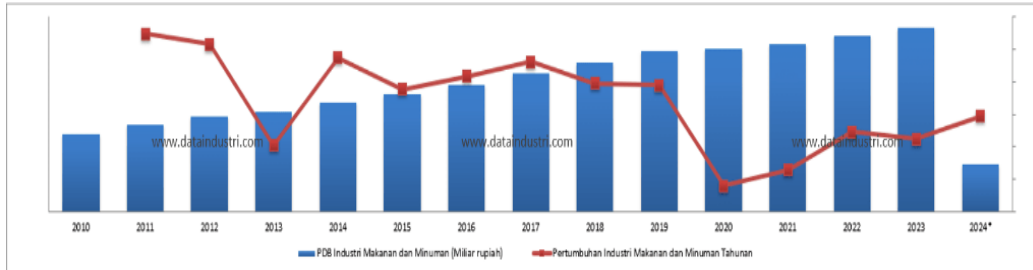
BAB I PENDAHULUAN

A. PERMASALAHAN

1. Latar Belakang Masalah

Perindustrian makanan dan minuman di Indonesia merupakan salah satu sektor manufaktur terbesar yang membantu perekonomian di Indonesia dan memiliki sifat yang dinamis dan kompetitif. Dengan memiliki banyak ragam jenis makanan dan minuman, industri ini menjadi sangat meningkat bagi warga Indonesia. Dikarenakan makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan pokok yang pasti semua orang butuh kan dalam kehidupan sehari-hari. Banyak pelaku-pelaku usaha baik dari berbagai golongan meminati bisnis atau usaha di industri ini, yang di mana setiap golongan memiliki sifat dan strategi yang berbeda dalam menghadapi kendala yang dilalui dalam membuka bisnis mereka. Karena pada abad 21, bisnis akan semakin banyak menghadapi tantangan dari konsumennya yang lebih memandang kepada produk yang lebih *high-quality*, *lowcost* dan responsif terhadap perubahan yang sangat cepat (Jusni, & Mohungo, 2024). Sehingga tidak heran jika kita sering kali melihat banyak sekali pengusaha makanan dan minuman di sekitar kita baik di sepanjang jalan sampai di sebuah tempat khusus makanan dan minuman (*food court*, kantin, dsb). Dalam rangka meningkatkan produktivitas bisnis dan partisipasi tenaga kerja, pemerintah telah menjadikan sektor industri makanan dan minuman sebagai prioritas. Hasilnya, industri ini akan terus berkembang dan menjadi lebih kompetitif dalam skala regional dan global. Sehingga banyak para peminat bisnis atau para pengusaha untuk menjalani atau menekuni

berusaha dalam industri makanan dan minuman. Adapun data pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia dari 2011-2023:



Sumber: [Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman, 2011 - 2024](#)

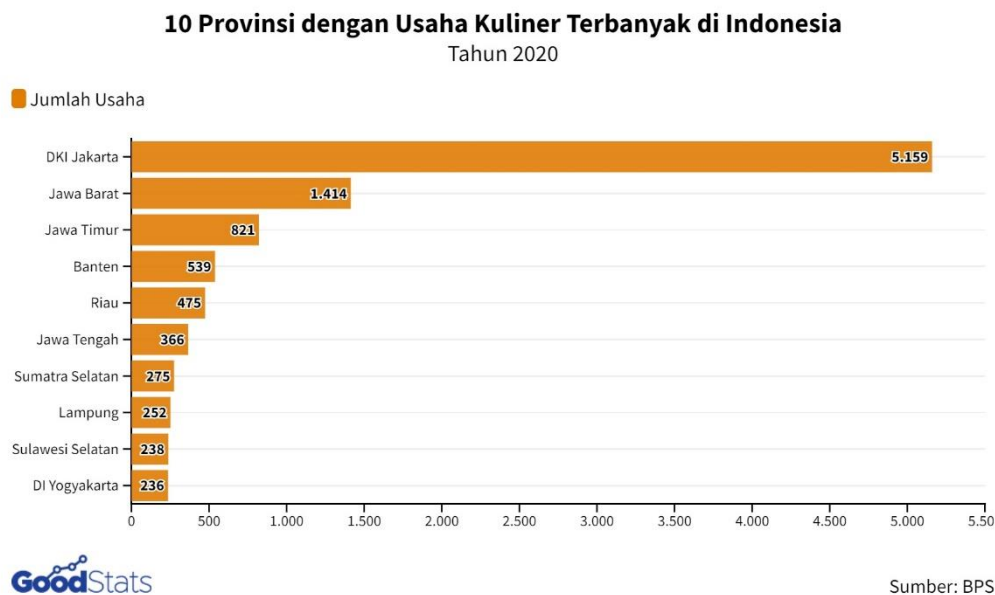
Gambar 1.1 Data pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman di Indonesia tahun 2011-2023

Dari gambar di atas dapat dikatakan bahwa perkembangan industri makanan dan minuman terhadap GDP memiliki kenaikan setiap tahunnya. Dan diperkirakan menurut Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) mencatat bahwa pertumbuhan pada industri ini di tahun 2024 akan mengalami peningkatan yang mencapai 7%-10% dibandingkan akhir tahun lalu sebesar 5,3%. Sehingga Pertumbuhan ekonomi yang stabil, peningkatan pendapatan per kapita, serta urbanisasi yang pesat berkontribusi pada permintaan yang terus meningkat untuk produk makanan dan minuman. Pertumbuhan populasi ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti peningkatan pendapatan rata-rata penduduk, perubahan gaya hidup menjadi lebih kekinian, dan kualitas pendidikan yang lebih baik. Selain itu, industri makanan dan manufaktur lokal terkena dampak negatif dari kebijakan pemerintah yang menghambat pertumbuhan mereka. Sehingga di tengah pertumbuhan ini terdapat persaingan yang ketat di sektor ini. Untuk dapat bersaing dan berkembang di pasar yang dinamis ini, perusahaan-perusahaan di industri makanan dan minuman harus mampu menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Karena dalam era industri global yang sudah memasuki era 4.0, persaingan di dalam dunia industri menjadi semakin ketat dan tinggi. Setiap negara harus memiliki keunggulan bersaing sebagai syarat mutlak untuk bersaing. "Di era industri global yang sudah memasuki era 4.0 saat ini,

persaingan di dalam dunia industri menjadi semakin ketat dan tinggi. Keunggulan bersaing dalam suatu perusahaan dapat diperoleh dengan memperhatikan nilai superior bagi pelanggan, kebudayaan dan iklim untuk membawa perbaikan pada efisiensi dan efektivitas (Nizam *et al.*, 2020).

Menurut Udriyah., *et al* (2019) keunggulan bersaing dapat didefinisikan sebagai agregasi berbagai item yang membedakan para pengusaha dari pesaing mereka dan memberikan posisi yang unik dan unggul di pasar. Ada dua model keunggulan kompetitif yang mapan dalam literatur: *industrial organization economics* (IOE) dan *resource-based theory* (RBT). Pendukung IOE yang bekerja dari paradigma struktur-perilaku-kinerja berpendapat bahwa asal usul keunggulan kompetitif adalah struktur posisi industri dan perusahaan relatif terhadap persaingan industri (misalnya, Porter, 1981). Pandangan kedua (RBT) meneliti heterogenitas dan mobilitas sumber daya perusahaan relatif terhadap perusahaan di industri sebagai sumber penting keunggulan kompetitif (misalnya, Barney, 1991; Dierickx & cool, 1989; Peteraf, 1993; Wernerfelt, 1984).

Pentingnya bersaing dalam industri makanan dan minuman tidak dapat dilebih-lebihkan, karena hal ini dapat menguntungkan usaha kecil maupun besar. Keunggulan ini dapat muncul jika operasi harian perusahaan berbeda dari perusahaan pesaing. Operasi harian yang disebutkan di atas harus memiliki nilai (*value*), kelangkaan (*rare*), keunikan (*inimitable*), dan substitusi yang kuat (*non-substitutable*) (Barney, 1991). Barney (1991) lebih lanjut menyatakan bahwa heterogenitas dalam totalitas perusahaan sehari-hari sangat penting dalam mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Ketiga jenis sumber daya tersebut adalah sumber daya manusia, relasional, dan struktural. Pengetahuan lokal, atau kearifan, juga dapat dipandang sebagai sumber daya yang sulit diperoleh dan sulit dipahami.



Sumber : [Usaha Kuliner di Indonesia dalam Bingkai Statistik - GoodStats](#)

Gambar 1.2 Data Jumlah Usaha Kuliner Terbanyak di Berbagai Provinsi Indonesia Tahun 2020

Daerah DKI Jakarta menjadi provinsi yang memiliki usaha pada industri makanan dan minuman terbanyak sehingga tidak heran jika keunggulan bersaing kerap terjadi pada industri makanan dan minuman. Keunggulan bersaing menunjukkan bahwa perusahaan bertindak lebih baik daripada pesaing dalam hal yang sama (Rahmadi *et al.*, 2020). Para pengusaha berlomba-lomba untuk mendapatkan keunggulan bersaing dengan para pengusaha lainnya dalam pangsa pasar yang mereka ikuti dengan bertujuan untuk meningkatkan hasil usaha yang mereka jalani, apa lagi dalam industri makanan dan minuman yang pada saat ini sedang meningkat dan banyak digemari oleh para pengusaha. Setiap golongan pengusaha memiliki kompetitor dalam hal yang ditekuninya baik dari pengusaha lokal maupun asing, karena sudah banyak kompetitor asing masuk ke dalam industri makanan dan minuman di Indonesia. Salah satu strategi yang digunakan untuk memperoleh keunggulan bersaing tersebut ialah orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan inovasi.

Orientasi kewirausahaan merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi keunggulan bersaing, karena orientasi kewirausahaan mencerminkan sikap dan perilaku perusahaan dalam mencari peluang, mengidentifikasi risiko, dan mengimplementasikan ide-ide baru. Menurut Nizam *et al* (2020) Orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan. Pengusaha yang memiliki orientasi risiko tinggi secara konsisten lebih inovatif, proaktif, dan berhati-hati tentu saja memiliki peluang yang lebih besar untuk menjalankan suatu usaha. Yang pada akhirnya memungkinkan mereka untuk lebih cepat dalam menganalisis dan memanfaatkan peluang bisnis yang baru mereka temukan dan lebih berhati-hati dalam menangani kesulitan. Di Indonesia, ada banyak Perusahaan atau pengusaha makanan dan minuman yang telah mengadopsi pola pikir bisnis yang kuat. Selain itu, orientasi kewirausahaan memainkan peran penting dalam kemampuan organisasi untuk terus berinovasi, baik dalam hal pengembangan produk, proses produksi, maupun strategi pemasaran.

Selain orientasi kewirausahaan, orientasi pasar memainkan peran penting dalam mengembangkan pertumbuhan yang berkelanjutan. Orientasi pasar berfokus pada kemampuan bisnis untuk memahami dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan secara lebih efektif daripada pesaing (Batara *et al*, 2023). Dalam industri makanan dan minuman, orientasi pasar sangat penting dalam mengenali pergeseran preferensi konsumen yang cepat dan semakin beragam. Pengusaha dengan orientasi pasar yang kuat dapat lebih responsif terhadap perubahan kebutuhan konsumen dan tren pasar. Selain itu, pelaku usaha juga perlu mempertimbangkan dinamika pasar, seperti perubahan demografi, urbanisasi, dan tingkat pertumbuhan pendapatan, yang dapat mempengaruhi pola konsumsi masyarakat secara umum. Orientasi pasar tidak hanya mencakup pemahaman terhadap kebutuhan konsumen saat ini, tetapi juga memiliki kapasitas untuk mengantisipasi kebutuhan di masa depan.

Yang terakhir adalah inovasi, inovasi merupakan elemen yang tidak dapat dipisahkan dari orientasi bisnis dan pasar. Dalam industri makanan dan minuman, inovasi telah menjadi faktor kunci dalam meningkatkan keberlanjutan industri, yang mengakibatkan tingginya tingkat perpindahan konsumen dan semakin sempitnya segmen pelanggan. Inovasi dapat berupa pengembangan produk baru, meningkatkan standar produk yang sudah ada, meningkatkan efisiensi produksi, atau mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Banyak perusahaan makanan dan minuman di Indonesia yang telah berhasil mengembangkan inovasi yang berdampak signifikan terhadap bisnis mereka. Inovasi juga dapat dilakukan dalam proses produksi dengan memanfaatkan teknologi yang lebih efisien dan ramah lingkungan, yang tidak hanya menurunkan biaya produksi tetapi juga memberikan. Perusahaan bisa membuat inovasi produk dengan beberapa desain produk, yang di mana akan menambah alternatif pilihan dan menambah nilai ataupun manfaat yang didapatkan konsumen, untuk itu inovasi produk merupakan salah satu cara perusahaan untuk menjaga keunggulan bersaing (Fitria *et al.*, 2022) .

Sehingga dapat dikatakan bahwa orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan inovasi berperan penting dalam menentukan keberhasilan dari para pelaku usaha di industri makanan dan minuman dalam keunggulan bersaing. Pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan inovasi terhadap keunggulan bersaing di industri makanan dan minuman di Indonesia memiliki nilai penting yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga praktis. Dari sisi teoritis, penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan konsep-konsep kewirausahaan, pemasaran, dan inovasi dalam konteks industri makanan dan minuman di negara berkembang seperti Indonesia. Dari sisi praktis, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan bagi perusahaan-perusahaan dalam merumuskan strategi bisnis yang lebih efektif dan adaptif terhadap dinamika pasar.

Dalam penelitian ini terdapat panduan atau pedoman dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rahmadi *et al* (2020) .Pada penelitian ini

penulis membahas variabel orientasi kewirausahaan yang menggunakan 2 dimensi penting yaitu perilaku kewirausahaan (inovasi & proaktivitas) dan sikap manajerial terhadap risiko yang diadaptasi dari penelitian Anderson *et al.*, (2014). Kemudian pada penelitian ini juga membahas variabel orientasi pasar. Dan pada penelitian ini juga membahas variabel inovasi. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka penelitian ini diberikan judul “PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR DAN INOVASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN DI INDONESIA”.

2. Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang penelitian di atas, maka identifikasi masalah yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

- A. Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing.
- B. Pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing.
- C. Pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing.
- D. Pengaruh heterogenitas terhadap keunggulan bersaing
- E. Pengaruh mobilitas sumber daya terhadap keunggulan bersaing
- F. Pengaruh strategi yang efektif terhadap keunggulan bersaing
- G. Persaingan yang ketat terhadap keunggulan bersaing pada industri makanan dan minuman
- H. Keterkaitan antara orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan Inovasi.

3. Batasan Masalah.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, pembatasan penelitian perlu dilakukan agar dapat terpusat pada permasalahan utama. Maka dari itu, masalah dibatasi sebagai berikut:

- A Variabel yang digunakan Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Strategi bisnis dan Inovasi.

- B Subjek yang diteliti dalam penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM dalam industri makanan dan minuman.

4. Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan batasan masalah, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- A. Apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing perusahaan di industri makanan dan minuman?
- B. Apakah terdapat pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing perusahaan di industri makanan dan minuman?
- C. Apakah terdapat pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing perusahaan di industri makanan dan minuman?
- D. Apakah terdapat keterkaitan antara orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan inovasi dalam mempengaruhi keunggulan bersaing di industri makanan dan minuman?

B. TUJUAN DAN MANFAAT

1. Tujuan

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian yang akan diharapkan untuk dilakukan adalah sebagai berikut :

- A Untuk mengidentifikasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing perusahaan di industri makanan dan minuman.
- B Untuk mengidentifikasi pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing perusahaan di industri makanan dan minuman.
- C Untuk mengidentifikasi pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing perusahaan di industri makanan dan minuman.

- D Untuk mengidentifikasi apakah terdapat keterkaitan antara orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan inovasi dalam mempengaruhi keunggulan bersaing di industri makanan dan minuman.

2. Manfaat

Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis yang akan dijabarkan sebagai berikut:

A. Manfaat Teoritis

Membuktikan seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan inovasi terhadap keunggulan bersaing di dalam industri makanan dan minuman

B. Manfaat Praktis

Supaya penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi semua pengusaha yang terlibat dalam industri makanan dan minuman untuk meningkatkan atau memperoleh keunggulan bersaing antar pengusaha.

DAFTAR PUSTAKA

- AJZEN, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *ORGANIZATIONAL BEHAVIOR AND HUMAN DECISION PROCESSES*, 50, 179-211. https://reedjoe.com/wp-content/uploads/2018/04/ajzen1991_teoriperilaku-yang-direncanakan_theory-of-planned-behavior.pdf
- Analisis Uji Asumsi Klasik. (2019). Management. <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-uji-asumsi-klasik/>
- Anastuti, K., & Suharyono, W. (2018). Effect of entrepreneurial orientation toward competitive advantage and business performance. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 79(7), 140-149. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2018-07.15>
- Anderson, B. S., Kreiser, P. M., Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., & Eshima, Y. (2014). Reconceptualizing entrepreneurial orientation. *Strategic Management Journal*, 36(10), 1579-1596. <https://doi.org/10.1002/smj.2298>
- Axarloglou, K. (2015). Competitive advantage. *Wiley Encyclopedia of Management*, 1-2. <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom080070>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120. https://www.researchgate.net/publication/228558289_The_Resource-Based_View_of_the_Firm
- Batara, M., Pundissing, R., & Uddu, L. (2023). Pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, training Dan kemampuan manajemen terhadap keunggulan bersaing. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 16(1), 139-154. <https://doi.org/10.35508/jom.v16i1.9643>
- Correia, R. J., Dias, J. G., & Teixeira, M. S. (2020). Dynamic capabilities and competitive advantages as mediator variables between market orientation and business performance. *Journal of Strategy and Management*, 14(2), 187-206. <https://doi.org/10.1108/jsma-12-2019-0223>
- D.P. Tran, K., Vo T.N., T., & Thai N.B., T. (2023). The effect of innovation on competitive advantage and SMEs performance in Vietnam: The moderating role of customer orientation. *International Journal of Innovation Science*. <https://doi.org/10.1108/ijis-08-2022-0161>
- Data Pertumbuhan Industri Makanan Dan Minuman, 2011 - 2023*. (2023, August 2). Pusat Data Industri Indonesia | Dataindustri Research. <https://www.dataindustri.com/produk/data-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman/>
- Deshpande, R. (1999). *Developing a market orientation*. SAGE Publications. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=WCB1AwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=market+orientation&ots=1bjJWdmEPW&sig=-F0ILOCiSUeIXJNzdt_u-Grg8ic&redir_esc=y#v=onepage&q=market%20orientation&f=false

- Distanont, A., & Khongmalai, O. (2018). The role of innovation in creating a competitive advantage. *Kasetsart Journal of Social Sciences*. <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2018.07.009>
- Falahat, M., Soto-Acosta, P., & Ramayah, T. (2021). Analysing the importance of international knowledge, orientation, networking and commitment as entrepreneurial culture and market orientation in gaining competitive advantage and international performance. *International Marketing Review*, 39(3), 463-481. <https://doi.org/10.1108/imr-02-2021-0053>
- Fitria, N., Setiawan, T., & Azhmy, M. F. (2022). Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dengan Kualitas Produk Sebagai Moderasi Pada UKM Kuliner Di Kota Medan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 2(3), 183-193. <https://doi.org/10.54209/jasmien.v2i3.211>
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26 edisi 10. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R. Classroom Companion: Business. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). Rethinking some of the rethinking of partial least squares. *European Journal of Marketing*, 53(4), 566-584. <https://doi.org/10.1108/ejm-10-2018-0665>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24. https://www.researchgate.net/publication/329443894_When_to_use_and_how_to_report_the_results_of_PLS-SEM
- Islamiati, W. (2023, July 18). *Industri Mamin Diproyeksikan Tumbuh 10 Persen Pada 2024, Terdorong Tahun Politik*. Bisnis.com. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20230718/257/1675988/industri-mamin-diproyeksikan-tumbuh-10-persen-pada-2024-terdorong-tahun-politik>
- Jusni, & Mohungo, Y. (2024). *Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar Dan Inovasi Estetika: Pengaruhnya terhadap Kinerja UKM*. Penerbit NEM. https://www.google.co.id/books/edition/Orientasi_Kewirausahaan_Orientasi_Pasar/22vvEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Kamboj, S., & Rahman, Z. (2017). Market orientation, marketing capabilities and sustainable innovation. *Management Research Review*, 40(6), 698-724. <https://doi.org/10.1108/mrr-09-2014-0225>
- Kim, H. and Hoskisson, R.E. (2015), "A Resource Environment View of Competitive Advantage", *Emerging Economies and Multinational Enterprises (Advances in International Management, Vol. 28)*, Emerald Group Publishing Limited, Leeds, pp. 95-140. <https://doi.org/10.1108/S1571-502720150000028008>
- Kurt Christensen, H. (2010). Defining customer value as the driver of competitive advantage. *Strategy & Leadership*, 38(5), 20-25. <https://doi.org/10.1108/10878571011072048>

- Lestari, I., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Pengaruh inovasi Dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing umkm kuliner. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)* Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(1), 111-118. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.245>
- Mai, R., Niemand, T., & Kraus, S. (2021). A tailored-fit model evaluation strategy for better decisions about structural equation models. *Technological Forecasting and Social Change*, 173, 121142. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121142>
- Masa'deh, R., Al-Henzab, J., Tarhini, A., & Obeidat, B. Y. (2018). The associations among market orientation, technology orientation, entrepreneurial orientation and organizational performance. *Benchmarking: An International Journal*, 25(8), 3117-3142. <https://doi.org/10.1108/bij-02-2017-0024>
- Memahami koefisien determinasi dalam regresi linear. (2021, August 12). *Accounting*. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-koefisien-determinasi-dalam-regresi-linear/>
- Merline, M., & Widjaja, O. H. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, Dan Inovasi terhadap Keberhasilan UKM alumni Dan Mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2), 435. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18243>
- Nasution, A. H., & Kartajaya, H. (n.d.). *Inovasi*. Penerbit Andi.
- Nasution, M. I., Fahmi, M., Jufrizen, Muslih, & Prayogi, M. A. (2020). The quality of small and medium enterprises performance using the structural equation model-part least Square (SEM-PLS). *Journal of Physics: Conference Series*, 1477(5), 052052. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1477/5/052052>
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh orientasi kewirausahaan inovasi produk Dan keunggulan bersaing terhadap pemasaran umkm. *Jurnal EMA*, 5(2). <https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.55>
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh orientasi kewirausahaan inovasi produk Dan keunggulan bersaing terhadap pemasaran umkm. *Jurnal EMA*, 5(2). <https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.55>
- Rahmadi, A. N., Jauhari, T., & Dewandaru, B. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM Di Jalanan Kota Kediri. *JURNAL EKBIS*, 21(2), 178. <https://doi.org/10.30736/je.v21i2.510>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Sondra, T. C., & Widjaja, O. H. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha UKM Bidang Konveksi Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 500. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i2.11897>
- Sullivan, G. M., & Artino, A. R. (2013). Analyzing and interpreting data from likert-type scales. *Journal of Graduate Medical Education*, 5(4), 541-542. <https://doi.org/10.4300/jgme-5-4-18>

- SÜRÜCÜ, L., & MASLAKÇI, A. (2020). Validity and reliability in quantitative research. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(3), 2694-2726. <https://doi.org/10.15295/bmij.v8i3.1540>
- Udriyah, U., Tham, J & Azam, S. (2019). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile SMEs. *Management Science Letters*, 9(9), 1419-1428. [10.5267/j.msl.2019.5.009](https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.009)
- Uncles, M. (2000). Market orientation. *Australian Journal of Management*, 25(2), i-ix. <https://doi.org/10.1177/031289620002500201>
- Utamingsih, A. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UKM Kerajinan Rotan Di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara. *MEDIA EKONOMI DAN MANAJEMEN*, 31(2), 78. <http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/fe/article/view/411/474>
- Verbyani, V., & Handoyo, S. E. (2021). Pengaruh Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Dan Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Ukm Kuliner. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 875. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13219>
- Volberda, H. W., Van Den Bosch, F. A., & Heij, C. V. (2013). Management innovation: Management as Fertile ground for innovation. *European Management Review*, 10(1), 1-15. <https://doi.org/10.1111/emre.12007>
- Weil, K. E. (1985). PORTER, competitive advantage, creating and sustaining superior performance. *Revista de Administração de Empresas*, 25(2), 82-84. <https://doi.org/10.1590/s0034-75901985000200009>
- Yaskun, M., Sudarmiatin, Agus Hermawan, & Wening Patmi Rahayu. (2023). The effect of market orientation, entrepreneurial orientation, innovation and competitive advantage on business performance of Indonesian MSMEs. *International Journal of Professional Business Review*, 8(4), E01563. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i4.1563>
- Yuliana, R., & Pujiastuti, Y. (2018). Orientasi KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR, Dan STRATEGI BISNIS TERHADAP KINERJA BISNIS (Studi kasus pada UMKM Di Semarang). *Tirtayasa Ekonomika*, 13(2), 320. <https://doi.org/10.35448/jte.v13i2.4318>