

## Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dengan Kualitas Produk Sebagai Moderasi Pada UKM Kuliner Di Kota Medan

Nurul Fitria<sup>1</sup>, Teguh Setiawan<sup>2</sup>, M. Fauzan Azhmy<sup>3</sup>

Universitas Harapan Medan

Email Adress : [nurulfitriaa01@gmail.com](mailto:nurulfitriaa01@gmail.com)

Received : 18 Maret 2022

Revised : 20 April 2022

Accepted: 31 Mei 2022

© 2022 The Author : Published by : Cattleya Darmaya Fortuna

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing, untuk mengetahui apakah kualitas produk memoderasi pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing dan untuk mengetahui apakah kualitas produk memoderasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti jumlahnya, sehingga diterapkan teknik pengambilan sampel penelitian dari menerapkan teknik *cluster random sampling* yakni, UKM di pusat kuliner yang berada di 5 Kecamatan tersebut, dengan masing-masing Kecamatan adalah 20 UKM sehingga jumlah keseluruhan 5 Kecamatan yaitu, 100 UKM sebagai sampel. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan MRA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, kualitas produk tidak memoderasi pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing, kualitas produk memoderasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing..

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

### PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu penunjang perekonomian sebab UKM bisa menyerap tenaga kerja yang banyak, menambah *Gross Domestic Product (GDP)*, menurunkan tingkat inflasi dan bisa menumbuhkan ekonomi. Perkembangan jumlah UKM kian meningkat seiring waktu berjalan. Ini menunjukkan minat usaha dari masyarakat kian bertambah, kemudian pertumbuhan yang kian meningkat ini harus menjadi perhatian serius melalui sejumlah pihak terkhusus dari pemerintah agar tetap mempertahankan eksistensi UKM. Berdasarkan BPS, Indonesia memiliki jumlah penduduk lebih dari dua ratus lima puluh juta jiwa mempunyai kira-kira 117,68 juta pekerja, sejumlah 96,87% diantaranya bekerja sektor Usaha Kecil dan Menengah. UKM mempunyai peranan penting untuk membangun ekonomi nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah kontribusi UKM ke Produk Domestik Bruto sekarang ini meraih 57% (Kompas, 2018). Usaha mikro, kecil, dan menengah di Kota Medan memiliki beberapa kendala antara lain, pembukuan, pengemasan, keuangan, pemasaran dan harga. Banyak produk UKM seperti kripik pisang, jamu herbal, ubi dan lain sebagainya yang dijual ke pasar luar Medan, namun sebagian besar akan dikemas ulang oleh pengusaha luar sehingga akan kehilangan identitas Kota Medan menurut Agnia dalam Fadhilah (2020). UKM makanan dan minuman memiliki keunggulan bersaing, hal ini dibuktikan dengan banyaknya produk makanan dan minuman yang terjual di berbagai kota. Namun, UKM kurang memperhatikan pasar dan hanya sebagian kecil yang bertindak proaktif.

UKM Kuliner juga menghadapi tantangan revolusi industri 5.0., yang merupakan fase kelima dari perjalanan sejarah revolusi industri yang dimulai pada abad ke -18. Pemerintah menuntut UKM untuk mampu mengikuti kemajuan teknologi informasi. Apabila tidak menerapkan digitalisasi ekonomi maka koperasi dan UKM akan ketinggalan dan tergilas dalam peta persaingan usaha. Sementara pelaku UKM yang berjumlah sekitar 59.2 juta mayoritas hampir 98% pelaku usaha mikro, baru 3.5%-5% yang usahanya mengarah pada penerapan sistem berbasis IT (Kementrian Koperasi dan UKM, 2017). Pemerintah menargetkan pada tahun 2020 delapan juta UKM terintegrasi dengan teknologi. Namun, banyak tantangan untuk mewujudkan target tersebut, seperti rendahnya literasi digital pemilik UKM, pola pikir pelaku UKM yang tidak membutuhkan website atau hanya cukup dengan media sosial.

Keunggulan bersaing ditentukan beberapa faktor, misalnya dengan melaksanakan inovasi produk. Inovasi merupakan kecenderungan dalam meningkatkan elemen baru ataupun pengkombinasian baru dari teknologi, produk, ataupun manajemen sebelumnya yang dipakai bagi pengetahuan baru (Moorma dan Anne, 1998). Inovasi produk akan memunculkan beberapa desain produk, maka menambah alternatif pilihan, menambah nilai ataupun manfaat yang didapatkan konsumen, yang kemudian bisa menambah mutu produk selaras pada yang diinginkan konsumen (Prajogo & Sohal, 2003). Inovasi sangatlah penting untuk suatu perusahaan. Inovasi produk adalah salah satunya pengaruh dari transformasi teknologi yang pesat, majunya teknologi yang pesat serta tingkat kompetisi yang tinggi mengharuskan masing-masing perusahaan agar selalu melaksanakan inovasi produk yang kemudian bisa menambah keunggulan bersaing dalam perusahaan tersebut. Perusahaan membuat inovasi produk dengan beberapa jenis desain produk, maka menambah alternatif pilihan, menambah nilai ataupun manfaat yang didapatkan konsumen, untuk itu inovasi produk merupakan salah satunya cara perusahaan untuk menjaga keunggulan bersaing.

Faktor lain yang dapat menentukan keunggulan bersaing yaitu orientasi kewirausahaan yang disebut dengan pendekatan baru pada pembaruan kinerja perusahaan. Orientasi kewirausahaan merupakan pelopor guna mencapai perkembangan perekonomian perusahaan berkelanjutan serta memiliki daya saing tinggi. Perusahaan yang orientasi kewirausahaan akan senantiasa berusaha menciptakan produk baru secara lebih berinovasi serta keberanian saat berhadapan dengan risiko (Becherer dan Maurer, 1997).

Selain inovasi dan orientasi kewirausahaan, kualitas produk juga berpengaruh dalam keunggulan bersaing. Kualitas produk umumnya bisa dideskripsikan sebagai karakteristik suatu produk yang mendukung kemampuannya guna memenuhi standar kebutuhan pelanggan ataupun standar kelayakan produsen. Kualitas produk merupakan *the characteristic of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer*, yang berarti kualitas produk adalah karakteristik suatu jasa ataupun produk yang memberi potensi dalam mencukupi keperluan konsumen (Kotler & Armstrong, 2015:253). Kualitas produk bisa diukur mempergunakan tampilan, hasil, kesesuaian serta keahlian. Sesuai pemaparan Tjiptono (2016:117) kualitas merupakan tingkatan mutu yang diinginkan serta pengendalian keragaman untuk meraih kualitas itu guna mencukupi kebutuhan pelanggan. Dengan adanya kualitas produk yang baik, diharap pelanggan kian banyak dan tidak kehilangan pelanggan lama. Pada sisi lain, terdapatnya kualitas produk akan menjadikan keinginan konsumen terwujud dan hal itu sanggup mempengaruhi keunggulan bersaing sebuah perusahaan.

Dari beberapa faktor diatas dapat dilihat perubahan lingkungan, terkhusus lingkungan ekonomi yang menjadikan beberapa pengusaha kecil menengah harus gulung tikar. Tetapi beberapa pengusaha masih bisa mempertahankan hidup sebab mereka sanggup mencegah perubahan tersebut, dengan melaksanakan inovasi produk untuk mencapai daya saing yang kompetitif. Inovasi yang baik itu inovasi produk ataupun proses yang bisa menambah potensi UKM akan menghasilkan produk yang lebih berkualitas. Kualitas produk yang baik akan

menambah keunggulan bersaing pada UKM yang kemudian memberi pengaruh kepada UKM (Elfahmi *et al*, 2017).

Di Kota Medan terdapat banyak wisata kuliner yang berada diberbagai kecamatan. Menurut data Badan Pusat Statistik, kecamatan tersebut mempunyai total penduduk yang cukup banyak. Wisata kuliner tersebut yaitu, Metrolink Street Market yang berada di Jl. Jendral Besar A.H. Nasution, Kecamatan Medan Johor, Medan Night Market yang berada di Jl. H. Adam Malik, Kec. Medan Barat, Ring Road Point yang berada di Jl. Gatot Subroto, Sei Sikambing B, Kec. Medan Sunggal, Mega Park yang berada di Komp. Megacom. Dwi kora, Kec. Medan Helvetia dan Katamso Land yang berada di Jl. Brigjend Katamso, Kp. Baru, Kecamatan Medan Maimun. Tempat wisata kuliner ini merupakan pasar kaki lima yang menjual berbagai hidangan dan minuman siap saji karena terdapat puluhan sampai ratusan tanants untuk memanjakan lidah pengunjung. Selain karena menawarkan ragam kuliner, terdapat spot foto, dan hiburan, tempat wisata kuliner tersebut juga berada di areal terbuka.

Tetapi pada kenyataannya, tuntutan untuk meningkatkan keunggulan bersaing ternyata masih sulit untuk dilakukan oleh UKM khususnya makanan. UKM sektor makanan secara kualitas sulit untuk dapat berkembang karena menghadapi beberapa masalah internal, diantaranya adalah rendahnya kualitas sumber daya manusia seperti kurang terampilnya sumber daya manusia, kurangnya penerapan orientasi kewirausahaan, rendahnya tingkat penguasaan teknologi serta minimnya informasi. Untuk dapat bertahan dan memiliki keunggulan bersaing, pelaku UKM makanan tidak hanya berfokus pada kualitas produk saja tetapi juga dituntut harus mampu melakukan orientasi kewirausahaan dan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki dengan baik. Pelaku usaha yang memiliki inovasi produk dan orientasi kewirausahaan bisa memiliki keunggulan pasar lebih baik bila dibandingkan dengan kompetitor lain.

Permasalahan yang sering dijumpai pada UKM sektor makanan umumnya adalah kurangnya inovasi yang dilakukan oleh pelaku UKM itu sendiri, seperti tidak adanya penambahan varian makanan yang disajikan, menu yang disajikan kebanyakan masih bersifat lokal ketertarikan tersebut hanya berdasarkan kedekatan tempat tinggal dengan konsumen. Begitu juga dengan orientasi pada pelaku UKM yang masih berfikir untuk sekedar memenuhi kebutuhan sehari-hari dirumah saja, bukan berfikir bagaimana mengembangkan usaha tersebut agar lebih dikenal luas tidak hanya di dekat tempat tinggalnya saja, akan tetapi sampai ke luar kota. Hal ini mengurangi keunggulan bersaing yang dimiliki UKM itu sendiri seperti kekhasan makanan lokal yang belum tentu dijumpai di daerah lain. Kualitas produk yang dimiliki oleh UKM sektor makanan semakin lama akan semakin tersaingi dengan semakin canggihnya alat teknologi seperti dengan adanya makanan cepat saji. Permasalahan-permasalahan tersebut bisa disebabkan oleh kualitas sumber daya manusia yang dimiliki oleh pelaku UKM, bisa juga disebabkan oleh alat teknologi, keunggulan bersaing (digital pemasaran) yang dimiliki serta terbatas serta tidak adanya keberanian untuk melakukan perubahan-perubahan dari menu yang disajikan agar lebih beragam dan menarik bagi konsumen.

Sesuai penjelasan tersebut, sehingga penelitian akan menganalisis “Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dengan Kualitas Produk Sebagai Moderasi Pada UKM Kuliner di Kota Medan”

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Pengertian Inovasi Produk**

Menurut Sukarmen (2013) Inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaingnya. Bagi perusahaan kecil dan menengah inovasi produk merupakan hal yang penting bagi kelangsungan bisnis secara berkelanjutan dan upaya

untuk melakukan inovasi produk merupakan fungsi penting dari pihak manajemen suatu perusahaan karena inovasi produk dapat menentukan suatu kinerja pemasaran yang berkualitas (Nasir, 2017).

### **Pengertian Orientasi Kewirausahaan**

Orientasi kewirausahaan merupakan pula orientasi perusahaan yang mempunyai prinsip pada langkah guna mendayagunakan kesempatan. Kemudian menyebutkan jika perusahaan berorientasi pada wirausaha yang kuat akan memiliki keberanian menghadapi resiko, serta bukan hanya bertahan dari strategi masa lampau. Lingkungan dinamis memberikan keuntungan banyak untuk pengusaha, orientasi kewirausahaan jelas adalah hal yang sangatlah krusial untuk keberlangsungan hidup perusahaan (Lumpkin dan Dess, 2016).

### **Pengertian Kualitas Produk**

Menurut Astuti & Abdullah (2018) kualitas produk merupakan upaya atau kemampuan yang dilakukan perusahaan dalam memberikan kepuasan bagi konsumennya, karena kepuasan konsumen tidak hanya mengacu pada bentuk fisik produk, melainkan satu paket kepuasan yang didapat dari pembelian produk. Sementara Tjiptono (2016:134), mengutarakan bahwasanya kualitas produk yakni sebuah keadaan dinamis yang berkaitan dengan manusia, produk, lingkungan, maupun barang yang mencukupi atau diatas dari yang diharapkan.

### **Pengertian Keunggulan Bersaing**

Sesuai pemaparan Dalimunthe (2017) keunggulan bersaing yaitu kesanggupan usaha dalam menghasilkan keunggulan kompetitif supaya bisa bersaing dengan pesaing lainnya. Keunggulan bersaing termasuk strategi laba dari perusahaan yang bekerjasama untuk bersaing lebih efektif di pesain.

## **METODE PENELITIAN**

Regresi Linear Berganda ialah sebuah teknik statistik yang biasanya banyak dimanfaatkan sebagai penelitian antara 2 ataupun lebih. Analisa ini mengetahui hubungan diantara variabel bebas dan terikat, disamping itu regresi linear berganda dipergunakan sebagai pengujian kebenaran hipotesis yang peneliti telah ajukan. Penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda yang nanti mengolahnya memanfaatkan program SPSS. Bentuk persamaan linear berganda yakni:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

### **Moderated Regression Analysis**

*Moderated Regression Analisis* (MRA) atau uji interaksi merupakan aplikasi khusus regresi linier berganda dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel dependen) (Ghozali, 2016). Berikut rumus matematis untuk menguji hipotesis 3 dan 4 dalam penelitian ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_1Z + e$$

$$Y = a + b_1X_2 + b_2X_2Z + e$$

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Peneltian

#### Hasil Uji Validitas Data

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Inovasi ( $X_1$ )	P1	0,634	0,195	Valid
	P2	0,604	0,195	Valid
	P3	0,540	0,195	Valid
	P4	0,683	0,195	Valid
	P5	0,679	0,195	Valid
Orientasi Kewirausahaan ( $X_2$ )	P1	0,488	0,195	Valid
	P2	0,532	0,195	Valid
	P3	0,477	0,195	Valid
Keunggulan Bersaing (Y)	P1	0,631	0,195	Valid
	P2	0,707	0,195	Valid
	P3	0,636	0,195	Valid
	P4	0,656	0,195	Valid
	P5	0,343	0,195	Valid
Kualitas Produk (Z)	P1	0,587	0,195	Valid
	P2	0,643	0,195	Valid
	P3	0,739	0,195	Valid
	P4	0,895	0,195	Valid
	P5	0,822	0,195	Valid
	P6	0,810	0,195	Valid

Pada Tabel, terlihat bahwa korelasi antara masing-masing indikator/item untuk variabel inovasi, orientasi kewirausahaan, keunggulan bersaing dan kualitas produk dengan  $n = 100$  dengan tingkat kepercayaan 95% (0,195). Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator/item pertanyaan dalam variabel penelitian ini adalah valid.

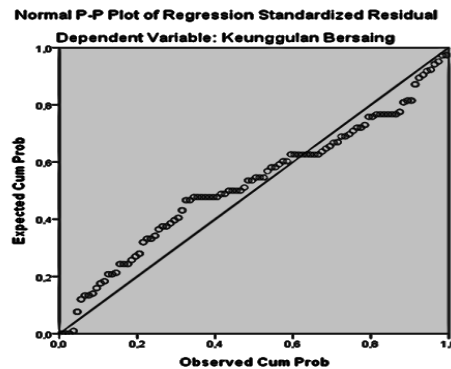
### Hasil Uji Reliabilitas

#### Hasil Uji Reliabilitas Data

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Inovasi ( $X_1$ )	0,828	Reliabel
Orientasi kewirausahaan ( $X_2$ )	0,682	Reliabel
Keunggulan bersaing (Y)	0,804	Reliabel
Kualitas produk (Z)	0,905	Reliabel

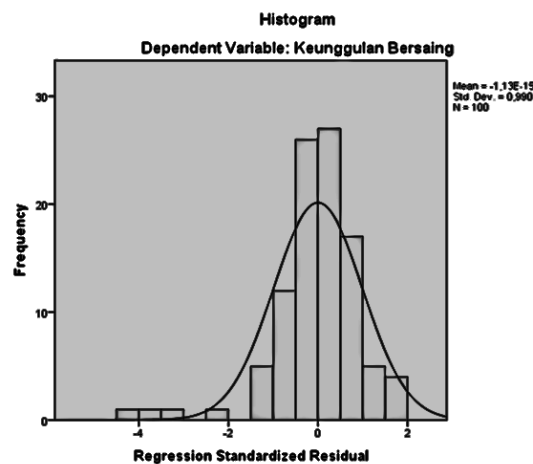
Pada Tabel menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$  untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini. Hal ini berarti bahwa variabel inovasi, orientasi kewirausahaan, keunggulan bersaing dan kualitas produk adalah reliabel.

## Hasil Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas Data



Grafik P-P Plot

Dari gambar, dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual telah normal. Selain uji grafik, maka uji normalitas data juga menggunakan uji histogram dapat dilihat pada grafik berikut:



Grafik Histogram

Dari gambar, menunjukkan bahwa terjadi lengkung berbentuk lonceng yang menyatakan histogram dan polygon frekuensi variabel dapat dinyatakan normal

## Uji Multikolinearitas

		Coefficients <sup>a</sup>					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
Model	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	5,525	2,240		2,466	,015		
Inovasi	,691	,085	,641	8,156	,000	,961	1,041
Orientasi Kewirausahaan	,073	,127	,045	,577	,565	,961	1,041

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Pada Tabel, hasil uji multikolinearitas nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,1. Hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

## Uji Heteroskedastisitas

### Uji Glejser Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,109	1,597		3,825	,000
Inovasi	-,119	,060	-,197	-1,970	,052
Orientasi Kewirausahaan	-,135	,091	-,149	-1,490	,140

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Berdasarkan Tabel, diketahui nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel inovasi ( $X_1$ ) adalah 0,052 dan orientasi kewirausahaan ( $X_2$ ) adalah 0,140. Karena nilai signifikansi kedua variabel lebih besar dari 0,05, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji glejser, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

## Regresi Linier Berganda

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,525	2,240		2,466	,015
Inovasi	,691	,085	,641	8,156	,000
Orientasi Kewirausahaan	,073	,127	,045	,577	,565

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

$$Y = 5,525 + 0,691 b_1 X_1 + 0,073 b_2 X_2$$

- 1).  $a = 5,525$  atau konstanta regresi, yang berarti jika tidak ada nilai independen variabel  $X_1$  (inovasi) dan variabel  $X_2$  (orientasi kewirausahaan). Dalam hal ini jika  $X_1$  dan  $X_2$  sama dengan 0 (nol) maka keunggulan bersaing akan bertambah sebesar 5,525.
- 2).  $b_1 = 0,691$  untuk independen variabel  $X_1$  (inovasi) yang bertanda positif menunjukkan kenaikan inovasi sebesar 1 satuan akan menambah keunggulan bersaing sebesar 0,691 satuan.
- 3).  $b_2 = 0,073$  untuk independen variabel  $X_2$  (orientasi kewirausahaan) yang bertanda positif menunjukkan bahwa kenaikan orientasi kewirausahaan sebesar 1 satuan akan menambah jumlah keunggulan bersaing sebesar 0,073 satuan.

## Hasil Uji Hipotesis

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,525	2,240		2,466	,015
Inovasi	,691	,085	,641	8,156	,000
Orientasi Kewirausahaan	,073	,127	,045	,577	,565

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Nilai t-hitung untuk  $X_1$  menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,156 > 1,984$ ), yang berarti bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing ( $0,000 < 0,05$ ). Sedangkan untuk  $X_2$ , nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $0,577 < 1,984$ ) yang berarti orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing ( $0,565 > 0,05$ ).

## Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	499,478	2	249,739	35,768	,000 <sup>b</sup>
	Residual	677,282	97	6,982		
	Total	1176,760	99			

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), Inovasi\*Kualitas Produk, Inovasi

Pengujian F dapat dilihat dari tabel ANOVA sebesar 35,768 dengan tingkat signifikan 0,000. Jadi  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $35,768 > 3,09$ ) dan  $Sig. < 5\%$  ( $0,000 < 0,05$ ). Artinya model ini telah fit dan dapat digunakan dalam penelitian ini. Sehingga bisa dilihat dari hasil penelitian bahwa inovasi dan orientasi kewirausahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

## Uji Determinasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,651 <sup>a</sup>	,424	,413	2,64255

a. Predictors: (Constant), Orientasi kewirausahaan, Inovasi

b. Dependent Variable: Keunggulan bersaing

Dari Tabel, diperoleh R Square untuk Y (keunggulan bersaing) adalah 0,424. Hal ini berarti 42,4% variasi variabel keunggulan bersaing (Y) dipengaruhi oleh variabel  $X_1$  (inovasi) dan variabel  $X_2$  (orientasi kewirausahaan) secara simultan dan sisanya sebesar 57,6% ditentukan oleh variabel lain di luar kontribusi penelitian ini.

## Moderated Regression Analysis

### Uji Hipotesis

#### Hasil Uji Parsial Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan bersaing yang Dimoderasi Kualitas produk

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,814	2,106		3,235	,002
	Inovasi	,631	,146	,585	4,318	,000
	Inovasi*Kualitas Produk	,002	,003	,079	,586	,559

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Dari data dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk tidak dapat memoderasi pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing, hal ini dapat dibuktikan dengan hasil nilai t-hitung  $<$  t-tabel ( $0,586 < 1,984$ ).

## Hasil Uji Parsial Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan bersaing yang Dimoderasi Kualitas produk

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	20,875	1,993		10,476	,000
Orientasi Kewirausahaan	-,534	,238	-,329	-2,247	,027
Orientasi Kewirausahaan*Kualitas Produk	,024	,006	,642	4,377	,000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Dari data dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk memoderasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing, hal ini dapat dibuktikan dengan hasil nilai t-hitung < t-tabel ( $4,377 < 1,984$ ).

### Pembahasan

#### Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing

Dari hasil uji regresi diperoleh hasil bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan nilai ( $8,156 > 1,984$ ) dan Sig. ( $0,000 < 0,05$ ). Inovasi produk bisa mempengaruhi keunggulan bersaing karena dilihat dari tingkat keinovasian produk itu misalnya dari tingkat keaneka ragaman serta keunikan dari desain, jenis atau bentuk yang dihasilkan maka tumbuhnya keinginan pembeli untuk membeli agar terpenuhinya keinginan maka persaingan dapat unggul. Putu *et al*, (2013) perusahaan memiliki tujuan utama menciptakan inovasi produk adalah salah satunya bisa berguna untuk keunggulan bersaing bagi perusahaan.

#### Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing

Dari hasil uji regresi diperoleh hasil bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dengan nilai ( $0,577 < 1,984$ ) dan Sig. ( $0,565 < 0,05$ ). Faktor yang dapat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing yaitu salah satunya orientasi kewirausahaan, menurut Lestari *et al*, (2019) menyatakan jika bisnis yang orientasinya kewirausahaan akan bisa selalu memunculkan inovasinya untuk bisa menghasilkan produk yang lebih menarik dari kompetitor lainnya, usaha disertai pula dengan adanya keberanian mengambil risiko saat pengambilan putusan yang belum pasti akan tetapi berpeluang untuk hasil yang lebih baik ditengah kompetisi. Maka orientasi kewirausahaan akan mempengaruhi secara signifikan keunggulan bersaing. Sesuai hasil riset dari Chih-Hsing (2016) juga mengungkapkan bahwa orientasi kewirausahaan berupa risk-taking, aggressiveness, serta proactiveness memberi pengaruh secara positif pada keunggulan bersaing.

#### Kualitas Produk Memoderasi Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing

Dari hasil uji regresi diperoleh hasil bahwa kualitas produk tidak dapat memoderasi pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing dengan nilai ( $0,586 < 1,984$ ) dan Sig. ( $0,559 > 0,05$ ). Inovasi produk bisa mempengaruhi keunggulan bersaing karena dilihat dari tingkat keinovasian produk itu misalnya dari tingkat keaneka ragaman serta keunikan dari desain, jenis atau bentuk yang dihasilkan maka tumbuhnya keinginan pembeli untuk membeli agar terpenuhinya keinginan maka persaingan dapat unggul. Putu *et al*, (2013) perusahaan memiliki tujuan utama menciptakan inovasi produk adalah salah satunya bisa berguna untuk keunggulan bersaing bagi perusahaan.

## Kualitas Produk Memoderasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing

Dari hasil uji regresi diperoleh hasil bahwa kualitas produk memoderasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing dengan nilai ( $4,377 > 1,984$ ) dan Sig. ( $0,000 < 0,05$ ). Faktor yang dapat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing yaitu salah satunya orientasi kewirausahaan, menurut Lestari *et al*, (2019) menyatakan jika bisnis yang orientasinya kewirausahaan akan bisa selalu memunculkan inovasinya untuk bisa menghasilkan produk yang lebih menarik dari kompetitor lainnya, usaha disertai pula dengan adanya keberanian mengambil risiko saat pengambilan putusan yang belum pasti akan tetapi berpeluang untuk hasil yang lebih baik ditengah kompetisi. Maka orientasi kewirausahaan akan mempengaruhi secara signifikan keunggulan bersaing. Sesuai hasil riset dari Chih-Hsing (2016) juga mengungkapkan bahwa orientasi kewirausahaan berupa *risk-talking*, *aggressiveness*, serta *proactiveness* memberi pengaruh secara positif pada keunggulan bersaing.

## SIMPULAN DAN SARAN

1. Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing yang ditunjukkan dengan hasil Sig. ( $0,000 < 0,05$ ).
2. Orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing yang ditunjukkan dengan hasil Sig. ( $0,565 > 0,05$ ).
3. Kualitas produk tidak memoderasi pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing yang ditunjukkan dengan hasil Sig. ( $0,586 > 0,05$ ).
4. Kualitas produk memoderasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing yang ditunjukkan dengan hasil Sig. ( $0,000 < 0,05$ ).

## Saran

1. Bagi pelaku UMKM, diharapkan lebih memperhatikan orientasi kewirausahaan. Dimensi-Dimensi dalam orientasi kewirausahaan harus ditingkatkan seperti bertanggung jawab dan membuat pilihan berdasarkan prinsip dari para pelaku UKM untuk berbenah dan mengikuti perkembangan kuliner di daerah lain, inovasi terhadap menu makanan yang disajikan serta keberanian mengambil risiko penting untuk senantiasa dilaksanakan sehingga memiliki keunggulan bersaing yang tinggi. Dengan mengedepankan sikap proaktif dan inovasi maka UMKM akan mampu adaptasi dan bertahan di tengah persaingan bisnis pada era revolusi industri 4.0.
2. Namun untuk meningkatkan keunggulan bersaing, maka akan lebih baik jika para pelaku UKM dapat melakukan upaya peningkatan kualitas produk dimana dengan cara, memperbaiki atau menambah kualitas dari rasa makanan yang disajikan, menambah kualitas dari tingkat kerapihan kemasan makanan, dan terlebih untuk ukuran kesesuaian suhu hidangan yang disajikan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menggunakan variabel lain selain variabel inovasi dan orientasi kewirausahaan guna menyempurnakan penelitian dan memperkaya khasanah penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Astuti, R., & Abdullah, I. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah*. Kumpulan Penelitian Dan Pengabdian Dosen, 1(1).
- [2]. Badan Pusat Statistik. (2019). *Jumlah Penduduk Kota Medan Menurut Kecamatan dan Jenik Kelamin (Jiwa)*, 2017-2019. Medan: BPS

- [3]. Becherer, R.C. & Maurer, J.G. (1997). *"The Moderating Effect of Environmental Variables on the Entrepreneurial and Marketing Orientation of Entrepreneur-led Firms,"* Entrepreneurship Theory and Practice, vol. 22(1), pages 47-58, October.
- [4]. Chih-Hsing Sam Liu Yen-Po Fang., (2016). *Night markets: entrepreneurship and achieving, competitive advantage.* International Journal of Contemporary Hospitality Management. Vol. 28 Iss 11 pp, ISSN: 0959-6119.
- [5]. Dalimunthe, Muhammad Bukhori. (2017). *Keunggulan bersaing melalui orientasi pasar dan inovasi produk.* Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen. Vol 3 No.1 2017. ISSN. 2407-2648 (print), ISSN : 2407-263X (online)
- [6]. Elfahmi Hadi, Dodik Jatmika. (2017). *Pengaruh Inovasi Terhadap UMKM Naik Kelas Melalui Daya Saing Produk (Studi Indo Burger).* Seminar Nasional Sistem Informasi 2017, 14-September-2017. ISSN : 2597-4696
- [7]. Fadhilah, L. S. (2020). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Pada UMKM Makanan dan Minuman Kabupaten Banyumas)* (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- [8]. Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.Semarang.
- [9]. Kementrian Koperasi dan UKM, 2017. *KUKM Tanpa Digitalisasi Ekonomi Akan Ketinggalan.* Cooperative No.8.
- [10]. Kompas, 2017. *Kontribusi UMKM Naik di* [www.kemenperin.go.id/artikel/14200/kontribusi-UMKM-Naik](http://www.kemenperin.go.id/artikel/14200/kontribusi-UMKM-Naik)
- [11]. Kotler, Philips dan Keller, Kevin. (2015). *Manajemen Pemasaran.* Edisi Ketiga belas. Jilid 1. Alih bahasa Bob Sabran. Jakarta : Penerbit Erlangga
- [12]. Lestari, I. Astuti, M. Dan Ridwan. (2019). *Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner.* Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.245>
- [13]. Lumpkin G.T and Dess G.G. (2016). *Clarifying the enterpreneurial orientation construct and linking it to performance.* Academy of Management Review. Vol 21, No.01. <https://doi.org/10.2307/258632>
- [14]. Nasir. A. (2017). *Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel Di Kabupaten Pasuruan.* Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi. Vol. 5. No. 1
- [15]. Prajogo, D dan Sohal, A. (2003). *The Relationship be-tween TQM Practices, Quality Performance, and Innovation Performance.* International Journal of Quality and Reliability Management.
- [16]. Putu, Sukarmen; Sularso, R.A; Wulandari, D. (2013). *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Gula Pasir Sebelas (GUPALAS) Pabrik Gula Semboro PTP Nusantara XI (PERSERO).* Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen, [S.1], Vol.12,No.2,2013. ISSN
- [17]. Sukarmen, P., Sularso, R. A., & Wulandri, D. (2013). *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Gula Pasir Sebelas (Gupalas) Pabrik Gula Semboro Ptp Nusantara Xi (Persero).* Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen, 12(2).
- [18]. Tjiptono, Fandy. 2016. *Service Quality and Satisfaction, Edisi 4.* Yogyakarta: Penerbit Andi