

BAB I

PENDAHULUAN

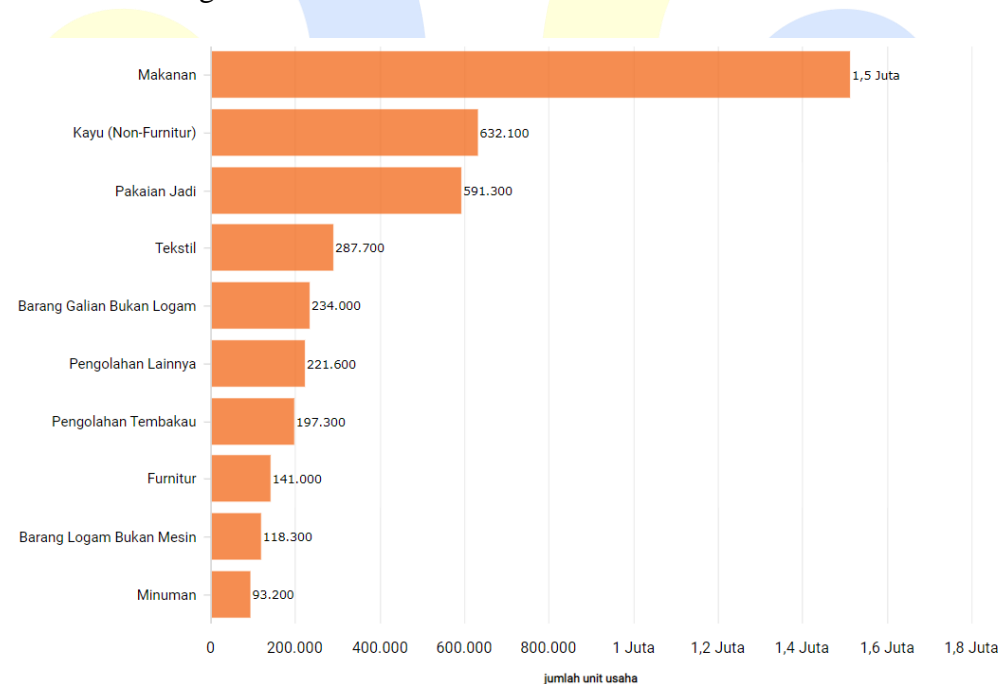
1.1 Latar Belakang

Dengan globalisasi pasar yang cepat, persaingan antar perusahaan semakin intensif, sehingga menghasilkan pasar yang lebih dinamis dan beragam di seluruh dunia. Dalam hal ini, usaha kecil akan lebih terbuka terhadap tekanan dari luar dibandingkan dengan usaha besar. Ini disebabkan karena usaha kecil tidak dapat menghasilkan keuntungan dengan mengakuisisi sumber daya manusia dan teknologi modern. Usaha-usaha kecil harus bergantung pada sumber daya dan kemampuan pemiliknya sendiri. Oleh karena itu, Keahlian pemilik usaha sangatlah penting untuk keberhasilan dan pertumbuhan usaha kecil dan untuk keunggulan kompetitif mereka (Rini, dkk, 2020).

Keunggulan kompetitif merupakan strategi yang diterapkan sehingga dapat lebih unggul dari kompetitor. Keunggulan kompetitif digambarkan sebagai keunggulan atas pesaing yang didapat dengan memberikan nilai yang lebih besar kepada konsumen, baik dalam segi harga yang lebih rendah atau dalam segi penyediaan manfaat yang lebih banyak sebanding dengan harga yang lebih naik. Perusahaan mengalami keunggulan kompetitif pada saat berbagai kegiatan yang dilakukan pada suatu industri atau pasar dapat menimbulkan nilai ekonomi, disertai dengan beberapa perusahaan pesaing terlibat dalam kegiatan yang serupa. Strategi untuk mencari keuntungan yang dilakukan perusahaan dengan cara menjalin kerjasama dengan berbagai pihak

dalam industri untuk dapat menciptakan keunggulan atas pesaing merupakan gambaran dari keunggulan kompetitif (Cahyani, dkk, 2021).

Usaha Mikro Kecil Menengah digambarkan sebagai usaha yang menjalankan berbagai bidang bisnis, dengan tujuan menjawab kepentingan masyarakat. Di Indonesia, menjalankan UMKM saat ini dicap sebagai jalan yang paling tepat untuk mengatasi kemiskinan. UMKM merupakan kelompok penggerak ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia, karena UMKM telah dijadikan penyangga perekonomian nasional saat krisis melanda, serta dijadikan pusat pertumbuhan ekonomi setelah krisis melanda (Manahera, dkk, 2018). Hal tersebut didukung dengan data perkembangan UMKM di Indonesia sebagai berikut:



Sumber: Katadata Media Network (databoks), 2022.

Gambar 1.1

10 Sektor Usaha dengan Jumlah UMKM Terbanyak di Indonesia

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa sebagian besar industri atau usaha berskala mikro kecil menengah di Indonesia bergerak pada sektor makanan. Dikutip dalam databoks, menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2020 jumlah usaha pada sektor makanan mencapai 1,51 juta unit usaha. Rasio usaha mikro kecil menengah pada sektor makanan mencapai 36% dari seluruh UMKM nasional, dengan total sebesar 4,21 juta unit usaha. Hal ini menunjukkan persaingan pasar pada sektor usaha makanan sangatlah ketat, sehingga para pelaku usaha dituntut untuk selalu unggul dalam persaingan yang ketat tersebut dari para pesaingnya.

Adapun faktor yang mempengaruhi keunggulan kompetitif yaitu inovasi produk yang dilakukan pemilik usaha. Persaingan dalam bisnis mengakibatkan tuntutan terhadap pengusaha untuk dapat mengetahui dan paham mengenai kondisi di pasar serta mengerti tentang kebutuhan dari konsumen. Manahera, dkk (2018) menyatakan bahwa dengan memberikan inovasi produk barang atau jasa yang dijualnya merupakan salah satu cara pengimplementasian strategi pemasaran yang dapat dikerjakan perusahaan. Tuntutan perusahaan supaya lebih inovatif dalam menciptakan suatu produk diakibatkan oleh ketatnya persaingan dan konsumen yang semakin kritis dalam memilih produk, dapat diartikan perusahaan harus bisa menawarkan produk baru yang inovatif dan jauh lebih bernilai daripada produk yang diciptakan oleh pesaing. Perusahaan dituntut untuk dapat kreatif dalam mengembangkan produk yang sudah ada dan menghasilkan produk baru yang lebih inovatif sehingga membuat pentingnya inovasi untuk dilakukan perusahaan.

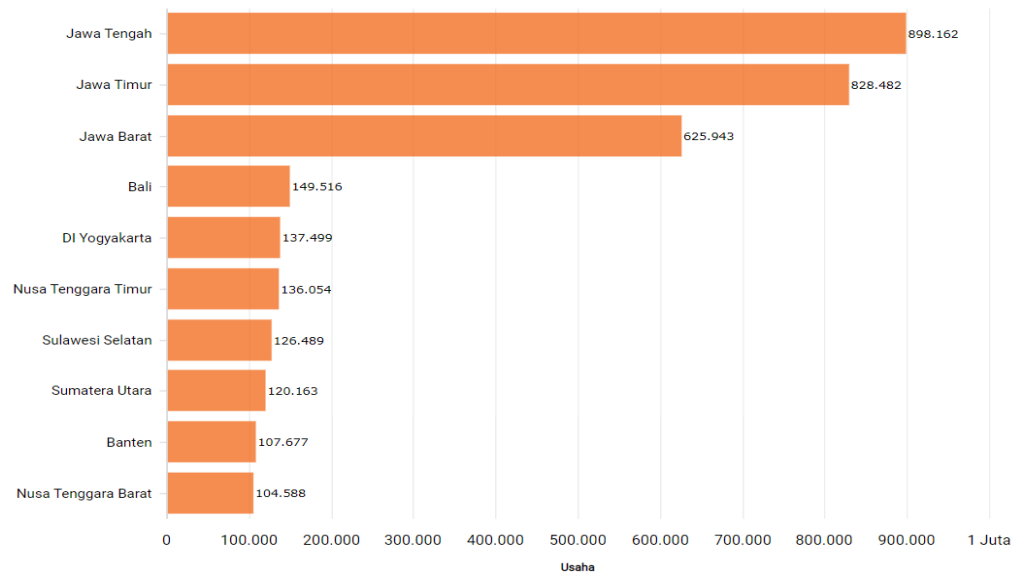
Faktor selanjutnya yang berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif antara lain orientasi pasar. Menurut Rini, dkk, (2020), Orientasi pasar dipersepsikan sebagai hasrat pengusaha untuk menciptakan dan memberikan nilai terbaik kepada pelanggannya. Ini membutuhkan pemahaman terhadap pelanggan serta kompetitor usaha untuk mendapatkan keunggulan di pasar yang berkelanjutan. Kegiatan dan tindakan berorientasi pasar termasuk secara proaktif mencari peluang di pasar dan memberikan nilai terbaik kepada pelanggan serta menentukan segmen pasar di masa depan. Dewi, dkk (2019), berpendapat orientasi pasar dikatakan sebagai budaya perusahaan yang dapat meningkatkan kinerja pemasaran. Perusahaan yang mengimplementasikan orientasi pasar akan memiliki keunggulan dalam pengetahuan tentang pelanggan, dan keunggulan ini dapat digunakan sebagai sumber keunggulan kompetitif dengan menciptakan produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya.

Orientasi pembelajaran juga berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif suatu usaha. Orientasi pembelajaran merupakan nilai fundamental yang dipegang suatu perusahaan terhadap fokus pembelajaran. Nilai ini dapat berpengaruh terhadap perusahaan saat proses pengembangan budaya belajar. Pembelajaran pada organisasi diawali melalui berbagai nilai perusahaan yang terbuka untuk dipegang teguh serta berkomitmen untuk terus belajar. Fasilitasi pembelajaran sangat penting guna memberikan kemampuan untuk mengenali dan menerapkan informasi serta pengetahuan baru. Para pemilik usaha dapat mempelajari dan menerima masukan orang lain yang berbeda melalui orientasi pembelajaran, hal ini dilakukan para pelaku usaha dengan

tujuan untuk mengetahui informasi lebih tentang produk seperti apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan. Dengan berorientasi pada pembelajaran, para pemilik usaha diharapkan mampu untuk melakukan perubahan atau inovasi pada produk sesuai dengan keinginan pelanggan supaya pelanggan merasa puas pada produk yang dibeli (Tjen dan Ie, 2019).

Orientasi kewirausahaan tidak kalah penting peranannya terhadap keunggulan bersaing. Fadhillah, dkk (2021) menyatakan bahwa seorang pengusaha sewajarnya dituntut tampil beda, memiliki kualitas yang mumpuni dan selalu siap, peran kunci terletak pada dirinya sendiri, sebelum memulai berwirausaha, dirinya sendiri harus mantap dengan kemampuannya dahulu, untuk bisa bertahan di lingkungan pasar yang sangat ketat. Persaingan UMKM dituntut untuk lebih berorientasi pada kewirausahaan sehingga dapat mencapai keunggulan kompetitif. Menurut Bhegawati dan Yuliasuti (2019), orientasi kewirausahaan berdasar pada sikap inovatif, proaktif dan berani mengambil risiko yang dimiliki oleh wirausahawan berdampak langsung pada peningkatan keunggulan kompetitif. Bentuk penerapan sikap kewirausahaan dapat dilihat dari orientasi kewirausahaan, dengan menunjukkan kemampuan untuk berinovasi, proaktif, dan berani mengambil risiko.

Pertumbuhan UMKM makanan dan minuman di Provinsi Jawa Tengah mendapati peringkat teratas. Peningkatan jumlah tersebut tentunya disebabkan oleh beberapa pihak, dikarenakan UMKM memiliki peran sebagai wadah tenaga kerja serta pendorong kesejahteraan masyarakat. Sebagaimana terlihat dalam gambar berikut.

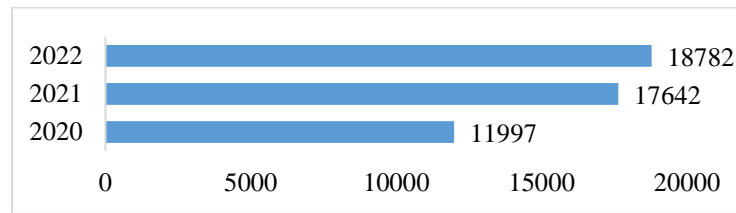


Sumber : Katadata Media Network (databoks), 2022.

Gambar 1.2

Provinsi dengan UMKM Sektor Makanan dan Minuman Tertinggi di Indonesia

Dikutip dalam databoks, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, jumlah industri atau usaha mikro kecil menengah pada sektor makanan dan minuman di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 4.209.817 usaha. Jawa Tengah menjadi provinsi dengan jumlah UMKM terbanyak, yakni 898.162 usaha. Jawa Timur menempati posisi kedua dengan jumlah UMKM mencapai 828.482 usaha. Diikuti oleh Jawa Barat dengan jumlah UMKM mencapai 625.943 usaha. Dan selanjutnya oleh Bali dengan jumlah UMKM mencapai 149.516 usaha. Khusus untuk kabupaten Kudus, jumlah usaha makan dan minuman mengalami peningkatan selama 3 tahun terakhir sebagaimana data dari Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi dan UKM Kabupaten Kudus sebagai berikut:



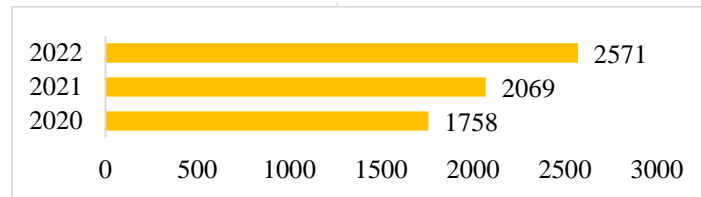
Sumber: Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi dan UKM Kabupaten Kudus, 2022.

Gambar 1.3

Jumlah Usaha Makanan dan Minuman di Kabupaten Kudus

Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa perkembangan usaha makanan dan minuman di Kabupaten Kudus tertinggi adalah pada tahun 2022 yaitu sebanyak 18.782 usaha. Peningkatan jumlah usaha makanan dan minuman di Kabupaten Kudus ini diakibatkan karena banyaknya para pegawai pabrik yang terkena PHK karena dampak penurunan perekonomian akibat pandemic covid, para pegawai yang kehilangan pekerjaannya tersebut memilih untuk membuka usahanya sendiri. Selain itu, dengan kemajuan teknologi yang ada telah memberikan kemudahan bagi para pengusaha makanan dan minuman, contohnya yaitu pemesanan makanan dan minuman bisa dilakukan di rumah melalui smartphone, banyak para pengusaha makanan dan minuman yang telah menerapkan kemudahan teknologi tersebut dalam usahanya, dan kemudian ditiru oleh para pengusaha lainnya. Hal ini membuat usaha sektor makanan dan minuman tidak terlalu terdampak pandemic covid, karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok manusia, dan sekarang pemesanannya dapat dilakukan dari rumah. Banyak para pengangguran akibat pandemic covid yang tertarik untuk membuka usaha makanan dan minuman.

. Demikian halnya dengan data usaha makanan dan minuman di wilayah kecamatan Bae yang juga mengalami hal yang sama, yaitu peningkatan jumlah usaha dalam 3 tahun terakhir, hal tersebut bisa dilihat dalam gambar berikut ini:

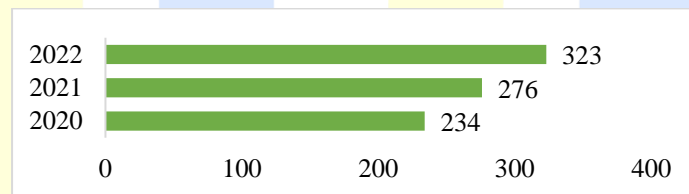


Sumber: Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi dan UKM Kabupaten Kudus, 2022.

Gambar 1.4

Jumlah Usaha Makanan dan Minuman di Kecamatan Bae

Data selanjutnya merupakan data jumlah usaha makanan dan minuman di Desa Gondangmanis yang mengalami peningkatan dalam 3 tahun terakhir, sebagai berikut:



Sumber: Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi dan UKM Kabupaten Kudus, 2022.

Gambar 1.5

Jumlah Usaha Makanan dan Minuman di Desa Gondangmanis

Selanjutnya hasil survei BPS memberitahukan bahwa sebesar 85,55% usaha kuliner di Indonesia sudah menerapkan layanan penjualan melalui media online. Meskipun persentase dari penjualan melalui media online masih berada pada angka 23,70%, namun penjualan melalui media online


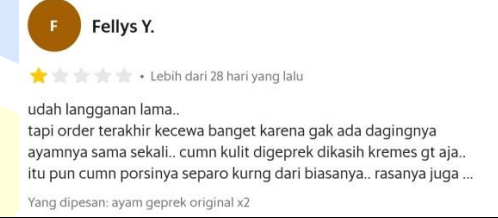

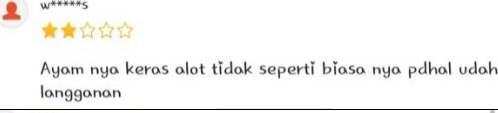
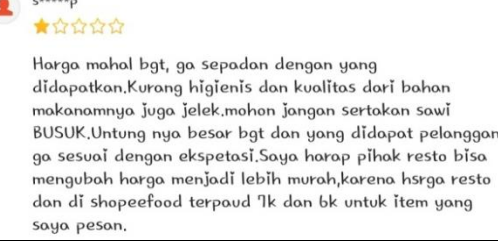
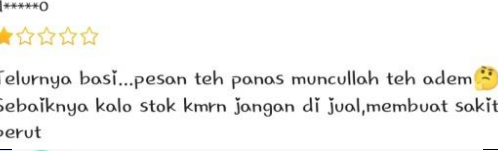
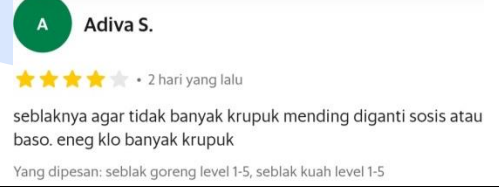
dinilai memiliki potensi yang bagus seiring dengan peningkatan transformasi digital yang diakibatkan karena pandemi Covid-19.









Layanan pemesanan oleh pihak ketiga seperti GoFood, GrabFood, ShopeeFood telah menjadi wadah atau sarana dalam menampung transaksi penjualan online yang paling banyak digunakan oleh para pengusaha kuliner, dengan persentase sebesar 61,69%. Sementara itu sebesar 20,69% pengusaha kuliner melakukan penjualan online menggunakan media-media social, dan sisanya 17,62% menggunakan website. Namun hanya usaha yang mampu bersaing dengan usaha sejenis yang dapat bertahan dalam persaingan usaha makanan dan minuman.

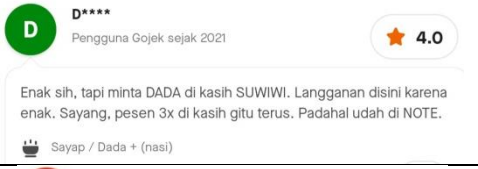
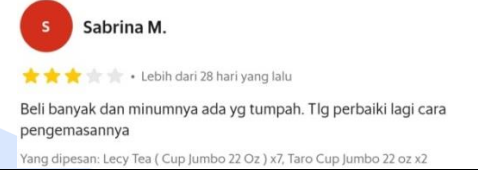
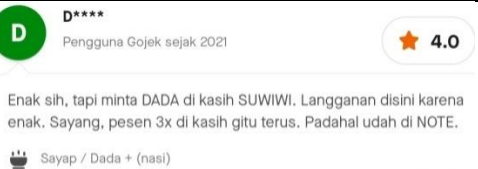
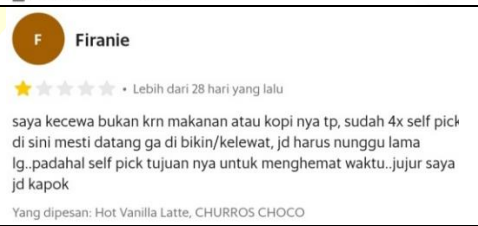
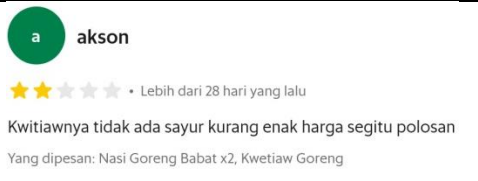
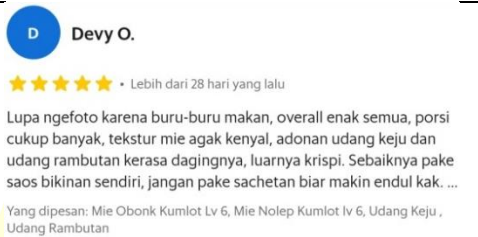
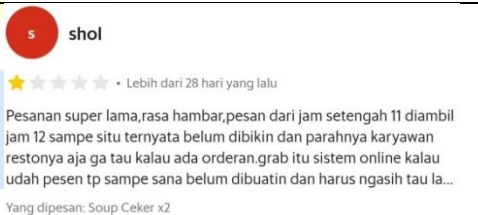
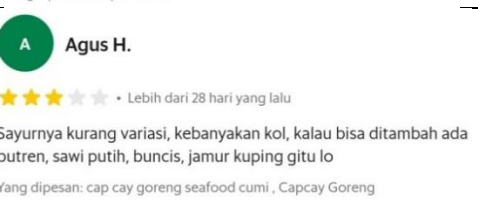
Saat ini tidak hanya persaingan bisnis besar yang meningkat, tetapi juga persaingan antar usaha kecil dan menengah khususnya pada usaha makanan dan minuman di Desa Gondangmanis. Di Desa Gondangmanis terdapat kurang lebih 323 usaha makanan dan minuman seperti Kafe Ndelik, Oliv Geprek, Borgol Box dan lainnya. Fakta menunjukkan bahwa walaupun usaha memiliki banyak kelebihan untuk dapat bertahan dari badai krisis, tetapi tidak semua usaha dapat lepas dari dampak negatif akibat krisis ekonomi. Persaingan yang ketat ini menuntut pelaku usaha untuk dapat menciptakan keunggulan kompetitif supaya dapat mempertahankan eksistensinya dan terus maju. Berdasarkan review konsumen atas produk usaha makanan dan minuman di wilayah Gondangmanis diperoleh data fenomena lapangan, sebagai berikut:

Tabel 1.1

Fenomena Lapangan Usaha Makanan dan Minuman di Gondangmanis

No	Variabel	Nama Usaha	Review Konsumen
1	Keunggulan Kompetitif	Olive Gepek	 <p>Yulia Dwi J Pengguna Gojek sejak 2017</p> <p>3.0</p> <p>Semakin kesini kok aku merasa rasanya kurang ya, nasinya jg agak gak enak, harga cukup murah tapi tolong dipertahankan lagi</p> <p>Paket Hemat Gepek, Paket Hemat Gepek, Aqua</p>
		Ayam Gepek Jawi	 <p>Fellys Y.</p> <p>Lebih dari 28 hari yang lalu</p> <p>udah langganan lama.. tapi order terakhir kecewa banget karena gak ada dagingnya ayamnya sama sekali.. cumn kulit digeprek dikasih kremes gt aja.. itu pun cumn porsinya separo kurg dari biasanya.. rasanya juga ...</p> <p>Yang dipesan: ayam geprek original x2</p>
		Kafe Ndelik	 <p>toni Pengguna Gojek sejak 2022</p> <p>2.0</p> <p>rasanya hambar tolong perbaiki rasa nya...kebnyajn krispi atau apa itu namanya cobalah liar gprek sebelahmu itu enak rasanyq ini hambar vangt</p> <p>Nasi Ayam Gepek</p>
		Geprek Fresh	 <p>u*****s</p> <p>5 stars</p> <p>Ayam nya keras alot tidak seperti biasa nya pdhol udah langganan</p>
		Chickenku	 <p>s*****p</p> <p>5 stars</p> <p>Harga mahal bgt, ga sepadan dengan yang didapatkan.Kurang higienis dan kualitas dari bahan makanannya juga jelek,mohon jangan sertakan sawi BUSUK.Untung nya besar bgt dan yang didapat pelanggan ga sesuai dengan ekspektasi.Saya harap pihak resto bisa mengubah harga menjadi lebih murah,karena hrsrga resto dan di shopeefood terpadu Tk dan bk untuk item yang saya pesan.</p>
2	Inovasi Produk	RM. Ampang Gadang	 <p>d*****0</p> <p>5 stars</p> <p>Telurnya basi...pesan teh panas muncullah teh adem 😞.Sebaiknya kalo stok kmrn jangan di jual,membuat sakit perut</p>
		Vjo Kafe	 <p>Adiva S.</p> <p>2 hari yang lalu</p> <p>seblaknya agar tidak banyak krupuk mending diganti sosis atau baso. eneg klo banyak krupuk</p> <p>Yang dipesan: seblak goreng level 1-5, seblak kuah level 1-5</p>

No	Variabel	Nama Usaha	Review Konsumen
		Seblak Bloom	 renant. ★★☆☆☆☆ • Lebih dari 28 hari yang lalu Kaya seblak biasa+aku kira cirengnya di goreng ky biasanya, ternyata nggak.. ky aci2 aja di jegurin ke kuah .. Yang dipesan: Cireng Baong
		Segara UMK	 lutfiana m. ★★☆☆☆☆ • Lebih dari 28 hari yang lalu Ada alatnya semua yg saya beli minumannya saya minta tukar nanti saya kesana sendiri minta pertanggung jawaban Yang dipesan: Segara Salut, Segara Red Velvet
		Mountain Lake Resto	 Dita ★★☆☆☆☆ • Lebih dari 28 hari yang lalu Lele nya tdk matang bakar & gorengnya sama juga. Semoga lebih baik lagi kualitas masaknya. Biasanya tdk pernah masalah baru ini sy pesan kok bisa tdk matang dlm nya. Terima kasih Yang dipesan: Lele Goreng, Nasi Putih, Mendoan, Lele Bakar
		Kafe Ndelik	 Nana ★★★★★☆ • 19 hari yang lalu lebih baik jangan pakai streofom, pakai aja mika atau kertas makan kak l3bih sehat dan bersih jga lebih tertutup 🙌🙌🙌🙌 Yang dipesan: Mie Nyonyor Telur, Pisang Krispi Coklat Keju x2, Roti Bakar Coklat, Nasgor Ayam Katsu
		Geprek Fresh	 dian n. ★☆☆☆☆ • Lebih dari 28 hari yang lalu di keterangan sudah dijelaskan tidak pedas sama sekali , kenapa dikirim pedas ? terus tempat makannya seterofoam nya kotor sekali , sangat jorok , jdi gak nafsu makan Yang dipesan: Siwak spesial, Sop Kakap Fillet
3	Orientasi Pasar	Ayam Geprek Takiss	 Riswanda M. ★★☆☆☆☆ • 11 hari yang lalu SAYA SUDAH TULIS LENGKAP KALO NASI, TERONG, KEPALA, CAKAR, TAHU, DIGEPREK SEMUA CABE 5 DAN JANGAN DIBUNGKUS PISAH. INI KENAPA MALAH NGGAK DIGEPREK SAMA SEKALI DAN BAHKAN SAMBELNYA JUGA NGGAK ADA?? INI ... Yang dipesan: kepala, cakar x5, tahu, nasi putih, es teh manis x2, nasi + ayam kampung x2, kubis, terong
		Pecel Madiun Mbak Dian	 MS***** Pengguna Gojek sejak 2022 ★ 2.0 UDAH DIKASIH TAU, SAYUR DIPISAH, MALAH DICAMPUR, SOP DIMAKAN SORE UDAH BASI 🍴 Sayur Kuluban Lauk Lengkap, Nasi Sop Daging, Telur Asin
		Oliv Geprek	 dewi.olbunku'12 ★★☆☆☆☆ Untuk geprek sambalnya sedikit sekali.. cuman satu sendok teh.. tolong ditambah lagi Menu disukai: Paket Oliv 1

No	Variabel	Nama Usaha	Review Konsumen
4	Orientasi Pembelajaran	Ayam Geprek Jawi	 <p>D**** Pegguna Gojek sejak 2021 ★ 4.0</p> <p>Enak sih, tapi minta DADA di kasih SUWIWI. Langganan disini karena enak. Sayang, pesen 3x di kasih gitu terus. Padahal udah di NOTE.</p> <p>🍱 Sayap / Dada + (nasi)</p>
		Teh Kota	 <p>Sabrina M. ★★★★☆ • Lebih dari 28 hari yang lalu</p> <p>Beli banyak dan minumnya ada yg tumpah. Tlg perbaiki lagi cara pengemasannya</p> <p>Yang dipesan: Lecy Tea (Cup Jumbo 22 Oz) x7, Taro Cup Jumbo 22 oz x2</p>
		Ayam Geprek Takiss	 <p>D**** Pegguna Gojek sejak 2021 ★ 4.0</p> <p>Enak sih, tapi minta DADA di kasih SUWIWI. Langganan disini karena enak. Sayang, pesen 3x di kasih gitu terus. Padahal udah di NOTE.</p> <p>🍱 Sayap / Dada + (nasi)</p>
		Blackstone Street Lounge	 <p>Firanie ★★★★☆ • Lebih dari 28 hari yang lalu</p> <p>saya kecewa bukan krn makanan atau kopi nya tp, sudah 4x self pick di sini mesti datang ga di bikin/kelewat, jd harus nunggu lama lg..padahal self pick tujuan nya untuk menghemat waktu..jujur saya jd kapok</p> <p>Yang dipesan: Hot Vanilla Latte, CHURROS CHOCO</p>
		Nasi Goreng Bang Zaki	 <p>a akson ★★★★☆ • Lebih dari 28 hari yang lalu</p> <p>Kwitiawnya tidak ada sayur kurang enak harga segitu polosan</p> <p>Yang dipesan: Nasi Goreng Babat x2, Kwetiaw Goreng</p>
5	Orientasi Kewirausahaan	Mie Up Level	 <p>D Devy O. ★★★★★ • Lebih dari 28 hari yang lalu</p> <p>Lupa ngefoto karena buru-buru makan, overall enak semua, porsi cukup banyak, tekstur mie agak kenyal, adonan udang keju dan udang rambutan kerasa dagingnya, luarnya krispi. Sebaiknya pake saos bikinan sendiri, jangan pake sachetan biar makin endul kak. ...</p> <p>Yang dipesan: Mie Obonk Kumlot Lv 6, Mie Nolep Kumlot lv 6, Udang Keju , Udang Rambutan</p>
		Omah Jelita	 <p>s shol ★★★★☆ • Lebih dari 28 hari yang lalu</p> <p>Pesanan super lama, rasa hambar, pesan dari jam setengah 11 diambil jam 12 sampe situ ternyata belum dibikin dan parahnya karyawan restonya aja ga tau kalau ada orderan. grab itu sistem online kalau udah pesen tp sampe sana belum dibuatin dan harus ngasih tau la...</p> <p>Yang dipesan: Soup Ceker x2</p>
		Nasi Goreng Bang Zaki	 <p>A Agus H. ★★★★☆ • Lebih dari 28 hari yang lalu</p> <p>Sayurnya kurang variasi, kebanyakan kol, kalau bisa ditambah ada putren, sawi putih, buncis, jamur kuping gitu lo</p> <p>Yang dipesan: cap cay goreng seafood cumi , Capcay Goreng</p>

No	Variabel	Nama Usaha	Review Konsumen
		Vjo Kafe	 <p>Eka Mey Wardhani Pengguna Gojek sejak 2020</p> <p>4.0</p> <p>untuk rasanya dari dulu tetap sama enaknyaaa seblak goreng, cuma sayangnya isianya pelitttt untuk harga segitu. dulu masih ada sosis baso eh skrg isianya mlh krupukk sama makaroni ajaaa 🙄</p> <p>Seblak Goreng Level 1-5, Pangsit Balado Mercon</p>
		Borgol Box	 <p>Putri D.</p> <p>• Lebih dari 28 hari yang lalu</p> <p>Ga ada sendok dan ga ada keterangan jumlah cabe</p> <p>Yang dipesan: Geprek Original x3, Teh Pucuk Harum, Le Mineral kecil x3, Chicken Steak BBQ, Kentang Goreng BBQ</p>

Sumber: Review GrabFood, GoFood dan ShopeeFood, 2023.

Tabel 1.1 memuat kumpulan review yang diberikan konsumen setelah mereka membeli produk dari usaha-usaha makanan dan minuman yang ada di desa Gondangmanis. Berdasarkan data pada variabel keunggulan kompetitif menunjukkan bahwa, pemilik usaha belum mampu menjaga keunggulan bersaing produknya. Pemilik belum mampu memberikan kualitas terbaik dari produknya untuk mengungguli pesaing. Selanjutnya berdasarkan data pada variabel inovasi produk menunjukkan bahwa, pemilik tidak mengkaji ulang produk untuk bisa menjamin bahwa produk kami sesuai dengan keinginan pelanggan. Pemilik belum mampu berusaha membuat dan memperkenalkan produk baru kepada konsumen. Selanjutnya berdasarkan data pada variabel orientasi pasar menunjukkan bahwa, pemilik belum mampu melakukan interaksi dengan pelanggan untuk mengetahui bagaimana melayani mereka dengan baik. Pemilik belum mampu mengkaji ulang pengaruh perubahan pasar untuk dapat memenuhi keinginan pelanggan. Selanjutnya berdasarkan data pada variabel orientasi pembelajaran menunjukkan bahwa, pemilik belum mampu belajar dari kesalahan di masa lalu untuk dapat meningkatkan

kemampuan. Pemilik belum mampu terus menerus menilai kualitas produk dan pelayanan kepada pelanggan. Selanjutnya berdasarkan data pada variabel orientasi kewirausahaan menunjukkan bahwa pemilik belum mampu memantau tren makanan minuman dan mencari cara menghadapi perubahan tersebut.

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan adanya *research gap* atau perbedaan hasil penelitian. Pada variabel orientasi pasar, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dalimunthe (2017) menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif. Namun berbeda dengan penelitian Rini, dkk (2020) menyatakan bahwa orientasi pasar tidak berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif. Sedangkan hasil penelitian Rini, dkk (2017) menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh terhadap inovasi produk. Namun hasil penelitian Manahera, dkk (2018) menyatakan bahwa orientasi pasar tidak berpengaruh terhadap inovasi produk.

Pada variabel orientasi pembelajaran, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rini, dkk (2020) bahwa orientasi pembelajaran berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif. Namun berbeda dengan penelitian Suhab dan Laba (2022) menyatakan bahwa orientasi pembelajaran tidak berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif. Sedangkan hasil penelitian Rini, dkk (2017) menyatakan bahwa orientasi pembelajaran berpengaruh terhadap inovasi produk. Namun hasil penelitian Elfandini (2018)

menyatakan bahwa orientasi pembelajaran tidak berpengaruh terhadap inovasi produk.

Pada variabel orientasi kewirausahaan, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rini, dkk (2020) bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif. Namun berbeda dengan penelitian Fadhillah, dkk (2021) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif. Sedangkan hasil penelitian Djayadiningrat, dkk (2017) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap inovasi produk. Namun hasil penelitian Rini, dkk (2017) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap inovasi produk.

Pada variabel inovasi produk, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sobirin, dkk (2020) bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif. Namun berbeda dengan penelitian Muhajirin dan Kamaluddin (2019) menyatakan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif. Adanya perbedaan hasil penelitian tersebut mendorong peneliti melakukan kembali penelitian ini.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui apakah beberapa faktor tersebut dapat memperpengaruhi keunggulan kompetitif Usaha, sehingga diangkatlah judul **“Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Kompetitif dengan Inovasi Produk sebagai Variabel Intervening (Studi pada Usaha Makanan dan Minuman di Desa Gondangmanis)”**.

1.2 Ruang Lingkup

1. Objek dalam penelitian ini adalah usaha makanan dan minuman di Desa Gondangmanis.
2. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik usaha makanan dan minuman di Desa Gondangmanis.
3. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari:
 - a. Variabel eksogen meliputi: orientasi pasar, orientasi pembelajaran dan orientasi kewirausahaan.
 - b. Variabel endogen yaitu keunggulan kompetitif.
 - c. Variabel intervening yaitu inovasi produk.
4. Waktu penelitian adalah 3 (tiga) bulan setelah proposal disetujui.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, terdapat permasalahan berikut:

1. Terdapat pelaku usaha yang belum mampu memberikan kualitas terbaik dari produknya untuk mengungguli pesaing.
2. Terdapat pelaku usaha yang tidak mengkaji ulang produk untuk bisa menjamin bahwa produknya sesuai dengan keinginan pelanggan.
3. Terdapat pelaku usaha yang belum mampu mengkaji ulang pengaruh perubahan pasar untuk dapat memenuhi keinginan pelanggan.
4. Terdapat pelaku usaha yang belum mampu belajar dari kesalahan di masa lalu untuk dapat meningkatkan kemampuan.

5. Terdapat pelaku usaha yang belum mampu memantau tren makanan minuman dan mencari cara menghadapi perubahan tersebut.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dapat diambil pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif pada usaha makanan dan minuman di Desa Gondangmanis?
2. Apakah orientasi pembelajaran berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif pada usaha makanan dan minuman di Desa Gondangmanis?
3. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif pada usaha makanan dan minuman di Desa Gondangmanis?
4. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap inovasi produk pada usaha makanan dan minuman di Desa Gondangmanis?
5. Apakah orientasi pembelajaran berpengaruh terhadap inovasi produk pada usaha makanan dan minuman di Desa Gondangmanis?
6. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap inovasi produk pada usaha makanan dan minuman di Desa Gondangmanis?
7. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif pada usaha makanan dan minuman di Desa Gondangmanis?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan kompetitif pada usaha makanan dan minuman di Desa Gondangmanis.

2. Untuk menganalisis pengaruh orientasi pembelajaran terhadap keunggulan kompetitif pada usaha makanan dan minuman di Desa Gondangmanis.
3. Untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan kompetitif pada usaha makanan dan minuman di Desa Gondangmanis.
4. Untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi produk pada usaha makanan dan minuman di Desa Gondangmanis.
5. Untuk menganalisis pengaruh orientasi pembelajaran terhadap inovasi produk pada usaha makanan dan minuman di Desa Gondangmanis.
6. Untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi produk pada usaha makanan dan minuman di Desa Gondangmanis.
7. Untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan kompetitif pada usaha makanan dan minuman di Desa Gondangmanis.

1.5 Kegunaan Penelitian

Secara teoritis, diharapkan hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan pemikiran atau sebagai pembandingan penelitian yang berkaitan dengan orientasi pasar, orientasi pembelajaran dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan kompetitif.

Secara praktis, diharapkan hasil penelitian dapat dijadikan pertimbangan dan memberikan informasi yang berguna bagi pelaku usaha, Sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan pengambilan kebijakan dan strategi.