



PENGARUH ORIENTASI DAN INOVASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA UMKM KULINER: PERAN MEDIASI KEUNGGULAN BERSAING

Bagas Nalendro Ikhsan Sandityo¹

Muafi Muafi^{2*}

¹Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Email : 19911057@uui.ac.id

²Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Email : muafi@uui.ac.id

*Corresponden Author

Diterima: 2 Desember 2023

Direview : 9 Desember 2023

Dipublikasikan: 31 Desember 2023

Abstract

Increasingly fierce competition and inevitable technological advances are causing culinary MSME products to grow to a point where products/services will be difficult to distinguish from one another. This challenge creates a significant opportunity to support the growth of culinary Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) by capitalising on business opportunities, modern information and communication technology, and the ability to utilise these technologies. This research aims to 1) test and analyze the influence of entrepreneurship on MSME innovation in Yogyakarta, 2) test and analyze the influence of innovation on the performance of MSMEs in Yogyakarta, 3) test and analyze the influence of entrepreneurship on the competitive advantage of MSMEs in Yogyakarta, 4) test and analyze the influence innovation on the competitive advantage of MSMEs in Yogyakarta, 5) test and analyze the influence of competitive advantage on the performance of MSMEs in Yogyakarta, 6) test and analyze the influence of entrepreneurial orientation, innovation on performance mediated by competitive advantage, 7) test and analyze the influence of innovation on performance mediated by competitive advantage. The type of research used in this research uses survey research. The technique used in sampling uses nonprobability sampling with incidental sampling techniques. The data collection methods used were observation and questionnaires. The research results obtained that 1) there is an influence of entrepreneurial orientation on the performance of MSMEs, 2) there is an influence of innovation on the performance of MSMEs, 3) there is an influence of entrepreneurial orientation on competitive advantage, 4) there is an influence of innovation on competitive advantage, 5) there is an influence of competitive advantage on performance of MSMEs, 6) the influence of entrepreneurship has a significant influence on the performance of MSMEs mediated by competitive advantage, 7) there is an influence of innovation that has a significant influence on the performance of MSMEs mediated by competitive advantage.

Keywords: *Entrepreneurial Orientation and Innovation, MSME Performance, Competitive Advantage*

Abstrak

Persaingan yang semakin ketat dan kemajuan teknologi yang tak terhindarkan menyebabkan produk UMKM kuliner tumbuh ke suatu titik di mana produk/layanan akan sulit dibedakan satu sama lain. Tantangan ini menciptakan peluang signifikan untuk mendukung pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kuliner dengan memanfaatkan peluang bisnis, teknologi informasi dan komunikasi yang modern. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis 1) pengaruh kewirausahaan terhadap inovasi UMKM di Yogyakarta, 2) pengaruh inovasi terhadap kinerja UMKM di Yogyakarta, 3) pengaruh kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing, UMKM di Yogyakarta, 4) pengaruh inovasi terhadap keunggulan kompetitif UMKM di Yogyakarta, 5) pengaruh keunggulan kompetitif terhadap kinerja UMKM di Yogyakarta, 6) pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi terhadap kinerja yang dimediasi keunggulan kompetitif, 7) pengaruh inovasi terhadap kinerja yang

dimediasi keunggulan kompetitif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian survei. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan teknik sampling insidental. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan angket. Hasil penelitian diperoleh bahwa 1) terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM, 2) terdapat pengaruh inovasi terhadap kinerja UMKM, 3) terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing, 4) terdapat pengaruh terdapat pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing, 5) terdapat pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja UMKM, 6) pengaruh kewirausahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM yang dimediasi oleh keunggulan bersaing, 7) terdapat pengaruh inovasi yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM yang dimediasi oleh keunggulan kompetitif

Kata kunci:orientasi kewirausahaan, inovasi, kinerja UMKM, keunggulan kompetitif

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian yang berubah dengan cepat menuntut setiap pelaku usaha untuk selalu beradaptasi dengan pola perubahan yang ada agar tetap kompetitif. Ketertarikan ini tidak mengherankan karena inovasi dianggap sebagai strategi diferensiasi paling penting untuk memperoleh keunggulan kompetitif di pasar. Konsep inovasi diartikan sebagai proses atau struktur manajemen baru yang dihasilkan dalam suatu perusahaan. Persaingan yang semakin ketat dan kemajuan teknologi yang tidak bisa dihindari menyebabkan produk-produk berkembang hingga sulit dibedakan satu sama lain. Tantangan ini menciptakan peluang yang signifikan untuk mendukung pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi modern serta upaya para wirausaha.

Kewirausahaan dapat diartikan sebagai ciri-ciri yang dimiliki oleh individu wirausaha dalam menjalankan kegiatannya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pada prinsipnya dalam mendirikan suatu usaha, seorang wirausahawan perorangan harus mampu mengatasi hambatan-hambatan, memberikan ide-ide dan inovasi-inovasi terkini agar mempunyai keunggulan ketika menghadapi pesaing, atau bisa dikatakan wirausahawan perorangan harus mampu melakukan perubahan-perubahan terhadap gagasan-gagasannya agar mereka dapat diandalkan dan unggul dalam menghadapi pesaing. Salah satu potensi kewirausahaan yang ada di setiap daerah adalah keberadaan Usaha Kecil Menengah (UKM).

UKM merupakan bidang yang berkaitan dengan konsep kewirausahaan. yang sering dikaitkan dengan konsep kewirausahaan. UKM berperan sebagai mesin pembangunan ekonomi. UKM menciptakan lapangan kerja baru, mengurangi kesenjangan pendapatan dan mengentaskan kemiskinan. Berhasil tidaknya UKM bergantung pada aktivitas internal dan eksternal, dukungan pemerintah, publisitas, penelitian dan pengembangan, manajemen tenaga kerja, dan sebagainya. Bagi negara berkembang seperti Indonesia, usaha UKM diperlukan untuk menciptakan swasembada bagi masyarakat. Pemerintah telah menyatakan bahwa UKM merupakan industri prioritas untuk mengembangkan dan memanfaatkan tenaga kerja. Meski memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian, industri ini menghadapi banyak tantangan karena terbatasnya fasilitas pembiayaan. Perusahaan di sektor ini tidak cukup kecil untuk mendapatkan fasilitas kredit dari LKM dan pada saat yang sama tidak cukup besar untuk mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan formal (Rahid, 2023)

Pembiayaan bagi UKM sangat penting tidak hanya untuk memulai usaha tetapi juga untuk meningkatkan pertumbuhan usaha. Secara umum, ada tiga jenis pembiayaan yang dibutuhkan oleh seorang pebisnis UKM, yaitu modal saham, modal kerja, dan utang (Rahid, 2023). Sayangnya, pengusaha UKM menghadapi kesulitan dalam memperoleh dan membayar kembali ketiga jenis pembiayaan tersebut. Selain itu, karena keterbatasan pembiayaan, UKM tidak bisa masuk ke industri tersebut padahal potensinya besar. Bank umum juga enggan memberikan pembiayaan kepada UKM karena biaya transisi yang lebih tinggi, terbatasnya agunan dan faktor risiko yang tinggi (Rahid, 2023).

Beberapa peneliti menjelaskan bahwa ketidakmampuan UKM dalam meningkatkan daya saingnya disebabkan karena UKM mempunyai berbagai keterbatasan, seperti kurangnya kemampuan beradaptasi terhadap lingkungan, kurangnya ketangkasan dalam memanfaatkan peluang usaha, kurangnya kreativitas dan inovasi dalam mengantisipasi berbagai permasalahan lingkungan. tantangan (Mustikowati dan Tysari, 2014).

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha kecil menengah dalam riset [Mustikowati dan Tysari \(2014\)](#); [Dewi \(2013\)](#); [Ul Huda., dkk \(2020\)](#) meliputi orientasi kewirausahaan, inovasi, strategi bisnis, manajemen sumber daya manusia, karakteristik wirausaha dan karakteristik bisnis itu sendiri. [Priatin., dkk \(2017\)](#); [Gradistya dan Farida \(2016\)](#) mencakup orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan serta inovasi produk. [Ndubisi dan Iftikhar \(2012\)](#) mencakup kewirausahaan dan inovasi. [Alsuwaidi., et.al \(2021\)](#) meliputi orientasi pembelajaran, penyelarasan strategis dan orientasi kewirausahaan. [Astuti., et.al \(2021\)](#) meliputi orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan inovasi

Faktor pertama dalam penelitian ini yang mempengaruhi kinerja UMKM adalah orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan aktivitas pengambilan keputusan yang mengarah pada pendatang baru ([Kiyabo dan Isaga, 2020](#)). [Alfulailah dan Soehari \(2020\)](#) berpendapat bahwa orientasi kewirausahaan dipandang mampu meningkatkan dan mengembangkan kinerja UMKM. Selain itu, UMKM yang pemimpinya berorientasi kewirausahaan mempunyai visi yang jelas dan berani menghadapi risiko sehingga mampu menciptakan kinerja yang baik ([Rasyidi, 2016](#)).

Menurut [Tirtayasa \(2022\)](#) terdapat pengaruh positif dan signifikan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM. [Alsuwaidi., et.al \(2021\)](#) terdapat pengaruh langsung dan tidak langsung orientasi kewirausahaan terhadap kinerja inovasi. [Astuti., et.al \(2021\)](#) terdapat pengaruh positif dan signifikan orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis. [Dahana., dkk \(2021\)](#) terdapat pengaruh positif orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran.

[Ul Huda., dkk \(2020\)](#) tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah. Berdasarkan hasil beberapa penelitian menunjukkan bahwa terdapat inkonsistensi variabel orientasi kewirausahaan dalam mempengaruhi kinerja UMKM.

Faktor kedua dalam penelitian ini yang mempengaruhi kinerja UMKM adalah inovasi. [Baer dan Frese \(2003\) dalam Ul Huda., dkk \(2020\)](#) menemukan bahwa inovasi dapat dimasukkan untuk menilai kinerja UMKM. Inovasi akan meningkatkan nilai tambah suatu produk dan menciptakan produk baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi konsumen. Peluang inovatif merupakan hasil upaya sistematis perusahaan dan hasil upaya dengan tujuan khusus untuk menciptakan pengetahuan dan ide baru untuk menerima investasi melalui komersialisasi ([Ul Huda., dkk, 2020](#)).

UMKM juga harus mampu menerapkan berbagai model produk sebagai bentuk inovasi, juga dapat memberikan nilai tambah terhadap barang/produk yang dihasilkan, selain itu pengusaha perorangan juga dapat menciptakan inovasi dalam bentuk seperti 1) pemutakhiran barang/produk pada barang /produk, dan ide. /ide/tempat usaha 2) melakukan pembaharuan dalam manajemen seperti prosedur produksi, keuangan, kegiatan pemasaran, prosedur kerja, dan sebagainya. Inovasi sangat bermanfaat bagi perusahaan/organisasi.

Menurut [Ndubisi dan Iftikhar \(2012\)](#) Inovasi berhubungan langsung dengan kinerja dan memediasi hubungan antara kewirausahaan dan kinerja. [Priatin., dkk \(2017\)](#) terdapat pengaruh positif antara inovasi produk dan kinerja pemasaran. [Gradistya dan Farida \(2016\)](#) menunjukkan bahwa inovasi mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja pemasaran. [Ul Huda., dkk \(2020\)](#) tidak terdapat pengaruh signifikan inovasi terhadap kinerja usaha kecil dan menengah. Berdasarkan hasil beberapa penelitian menunjukkan adanya inkonsistensi variabel inovasi dalam mempengaruhi kinerja UMKM.

Dalam penelitian ini, variabel mediasi yang mempengaruhi faktor kinerja UMKM adalah keunggulan bersaing. Agar UMKM sukses maka harus mampu berkembang dan berhasil bersaing, oleh karena itu UMKM harus mampu meningkatkan produksinya dan menentukan cara pemasaran yang tepat untuk mencari pembeli potensial. Pengusaha perorangan dalam memperoleh keunggulan kompetitif harus mampu memahami unsur-unsur fundamentalnya. Dilihat dari aspek harga, pengusaha harus mampu memproduksi barang/jasa dengan biaya seminimal mungkin, sehingga harga yang ditetapkan tidak terlalu mahal dibandingkan produk/jasa di tempat lain. Keunggulan kompetitif diinginkan untuk menghasilkan keuntungan yang diinginkan, pangsa pasar meningkat, pelanggan setia meningkat, dan kelangsungan bisnis dapat terus berlanjut ([Saiman, 2014](#)).

[Kiyabo dan Isaga \(2020\)](#) menemukan bahwa terdapat hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja UKM yang dimediasi oleh keunggulan kompetitif. [Ul Huda., dkk \(2020\)](#) memperoleh bahwa tidak terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM yang dimediasi keunggulan kompetitif dan tidak terdapat pengaruh inovasi produk terhadap kinerja UKM yang dimediasi

keunggulan kompetitif. [Tirtayasa \(2022\)](#) menemukan keunggulan kompetitif berperan memediasi orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM.

KAJIAN PUSTAKA

UMKM

[Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008](#) mendefinisikan UMKM sebagai: 1) Usaha mikro, yaitu usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 dan mempunyai penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000, 2) Usaha kecil adalah usaha yang mempunyai kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000 sampai dengan Rp500.000.000 dan mempunyai jumlah penjualan dalam satu tahun atau lebih sebesar Rp300.000.000 sampai dengan Rp2.500.000.000, 3) Usaha menengah adalah usaha yang mempunyai kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000 sampai dengan Rp10.000.000.000 dan mempunyai jumlah penjualan dalam satu tahun. lebih dari Rp 2.500.000.000 sampai dengan Rp 50.000.000.000.

Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan aktivitas pengambilan keputusan yang mengarah pada pendatang baru ([Kiyabo dan Isaga, 2020](#)). Orientasi kewirausahaan menggambarkan proses pengambilan keputusan perusahaan, yang membantu perusahaan mengambil tindakan ([Wiklund dan Shepherd, 2011 dalam Kadarusman dan Rosyafah, 2022](#)). Orientasi kewirausahaan merupakan serangkaian aktivitas dan proses kreatif yang disertai dengan perilaku kewirausahaan yang memberdayakan perusahaan untuk menembus pasar baru ([Naheed., et.al, 2019](#)). Orientasi kewirausahaan membantu mengeksplorasi pasar baru dan menciptakan barang atau jasa baru untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

[Usvita \(2015\)](#), orientasi kewirausahaan dinyatakan sebagai strategi keuntungan bisnis. Narver dan [Slater \(1990\) dalam Tirtayasa \(2022\)](#) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan adalah tradisi yang digunakan oleh organisasi yang sangat efektif dan sukses untuk membentuk sikap/perilaku yang diperlukan untuk menghasilkan hasil yang unggul.

[Ndubisi dan Iftikhar \(2012\)](#), indikator orientasi kewirausahaan adalah pengambilan risiko, proaktivitas dan otonomi.

Inovasi

Porter dan Ketels ([Lestari., dkk, 2013](#)) menjelaskan pembaharuan (inovasi) sebagai eksploitasi yang berhasil dalam menemukan ide-ide terkini. Damanpour ([Lestari., dkk, 2013](#)) mengartikan pembaharuan (inovasi) suatu perusahaan/organisasi sebagai duplikasi ide atau sikap/perilaku terkini yang digunakan dalam perusahaan/organisasi tersebut. Duplikasi inovasi melibatkan penciptaan, pengembangan dan penerapan ide dan sikap/perilaku terkini.

[Rajapathirana dan Hui \(2018\)](#) indikator inovasi meliputi inovasi produk, inovasi proses, inovasi organisasi dan inovasi pasar serta indikator inovasi [Zia dan Shafiq \(2017\)](#) meliputi inovasi proses dan inovasi produk.

Keunggulan Kompetitif

[Porter \(1985\) dalam Zeebaree dan Siron \(2017\)](#) melihat keunggulan kompetitif mengacu pada keunggulan posisi komparatif di pasar yang membuat suatu perusahaan mengungguli pesaingnya. Sementara itu, [Rothaermel \(2013\)](#) mendefinisikan keunggulan kompetitif sebagai cara perusahaan merumuskan dan menerapkan strategi yang menghasilkan kinerja unggul dibandingkan pesaing lain dalam industri yang sama. Keunggulan kompetitif adalah kemampuan organisasi untuk menambahkan nilai lebih kepada pelanggannya dibandingkan pesaingnya, dan dengan demikian mencapai posisi keunggulan relatif ([Thompson, 2001 dalam Zeebaree dan Siron, 2017](#)).

Menurut [Dalimunthe \(2017\)](#) indikator yang digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing adalah: 1) keunikan produk, 2) harga bersaing, 3) Tidak mudah, 4) tidak dapat dijiplak, 5) sulit dibuat penggantinya, 6) tidak dapat membuat produk pengganti. pengganti.

Kinerja UMKM

Untuk mencapai tujuan suatu UMKM diperlukan kinerja UMKM yang baik. Dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia diharapkan kinerja pegawai juga meningkat. Kinerja adalah tingkat hasil yang dicapai ketika melaksanakan tugas/kegiatan tertentu ([Widodo, 2015](#)). [Kasmir \(2016\)](#) menyatakan kinerja adalah kuantitas seperangkat sikap/perilaku pegawai baik yang mempunyai sumbangan baik dan buruk terhadap terpenuhinya arah/tujuan perusahaan/organisasi.

[Mangkunegara \(2016\)](#) menyatakan kinerja adalah hasil kerja baik kualitas maupun kuantitas yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas sesuai tanggung jawab yang diberikan.

[Mangkunegara \(2016\)](#) mengemukakan beberapa indikator kinerja, yaitu: 1) kualitas kerja, 2) kuantitas pekerjaan, 3) pelaksanaan tugas, 4) tanggung jawab pekerjaan.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja UMKM

Orientasi kewirausahaan berperan besar dalam meningkatkan tingkat efisiensi UMKM, hal ini dikarenakan orientasi kewirausahaan menuntut kemampuan berinovasi, bertindak aktif dan mengambil risiko. Dengan adanya kekuatan, untuk menjadi lebih baik, perusahaan/organisasi harus mampu mendukung efektivitas UMKM dan perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan/organisasi lain.

Semakin baik orientasi kewirausahaan UMKM seperti kreatif, konstruktif dan berani mengambil risiko maka akan semakin baik dalam mencapai tingkat keberhasilan perusahaan/organisasi, begitu pula sebaliknya. Hal ini akan memungkinkan para pelaku bisnis untuk mampu mengembangkan ide-ide inovatif dengan fokus pada tujuan, mempertimbangkan kemungkinan memasuki pasar, dan melakukan eksperimen meskipun ada risiko sehingga nantinya dapat menjadi yang terdepan dalam memimpin pasar.

Usvita (2015) menemukan adanya pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UKM pangan. Mustikowati dan Tysari (2014), bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Tirtayasa (2022) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Astuti. et.al (2021) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Dahana., dkk (2021) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif langsung terhadap kinerja pemasaran. Hubungan antara variabel orientasi kewirausahaan dengan kinerja UMKM dinyatakan sebagai hipotesis pertama.

H1: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM

Inovasi dan Kinerja UMKM

Inovasi adalah proses mewujudkan suatu gagasan baru yang berbeda dengan gagasan sebelumnya melalui produksi atau perwujudannya, dimana inovasi meliputi pembangkitan evaluasi, konsep baru dan implementasi. UKM yang memiliki inovasi yang baik akan mampu mencapai kinerja perusahaan/organisasi yang baik pula. Dengan inovasi yang lebih baik, maka ketika mengembangkan ide produk baru, perusahaan/organisasi akan memfokuskan seluruh sumber daya yang dimilikinya untuk mampu menghadirkan produk tersebut dan selalu melakukan upaya untuk memasarkan produk yang sangat bervariasi di pasaran. Pada akhirnya, inovasi yang diterapkan menjadi pedoman bagi perusahaan/organisasi untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam jangka waktu yang panjang.

Ndubisi dan Iftikhar (2012) menemukan bahwa inovasi berhubungan langsung dengan kinerja dan memediasi hubungan antara kewirausahaan dan kinerja. Priatin., dkk (2017) menemukan bahwa inovasi produk mempunyai pengaruh terhadap kinerja pemasaran. Gradistya dan Farida (2016) menemukan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran. Hubungan variabel inovasi dengan kinerja UMKM dinyatakan sebagai hipotesis kedua.

H2 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Inovasi terhadap kinerja UMKM Keunggulan Kompetitif terhadap kinerja UMKM

Orientasi Kewirausahaan dan Keunggulan Kompetitif

Untuk mencapai keberlanjutan, pola perilaku kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan dapat dikomunikasikan melalui program pembelajaran dan pengembangan yang berkesinambungan sesuai kebutuhan dan/atau strategi bisnis untuk meningkatkan kemampuan inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko sehingga menghasilkan keunggulan kompetitif.

Mahmood dan Hanafi (2013) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif. Sirivanh dan Sukkabot (2014) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Pardi., et al (2014) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh yang besar terhadap keunggulan bersaing. Tirtayasa (2022) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Kiyabo dan Isaga (2020) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hubungan antara variabel orientasi kewirausahaan dengan keunggulan kompetitif UMKM dinyatakan sebagai hipotesis ketiga.

H3: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan kompetitif UMKM

Inovasi dan Keunggulan Kompetitif

Perusahaan melalui proses inovatif menemukan cara untuk beroperasi lebih efisien. Inovasi pasar berkontribusi terhadap minat perusahaan untuk beroperasi secara lebih efektif, dimana inovasi tersebut membantu perusahaan mengidentifikasi ruang pasar baru yang dapat bersaing (Kuratko et al., 2001 dalam Zeebaree dan Siron, 2017). Diferensiasi memerlukan kemampuan inovatif, yang mengarah pada produk baru

yang meningkatkan nilai bagi pelanggan, membenarkan harga premium (Lechner dan Gudmundsson, 2014). Gitau., dkk (2016) juga menekankan bahwa perusahaan harus terus memperkenalkan inovasi baru dan cepat kepada pelanggannya untuk mempertahankan daya saingnya. Dengan demikian, inovasi yang lebih besar akan meningkatkan keunggulan kompetitif di perusahaan kecil. Ul Huda., dkk (2020) menemukan adanya pengaruh yang signifikan antara Inovasi Produk dan Keunggulan Kompetitif. Hubungan variabel inovasi dengan keunggulan kompetitif UMKM dinyatakan sebagai hipotesis keempat.

H4: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara inovasi terhadap keunggulan kompetitif UMKM

Keunggulan kompetitif dan Kinerja UMKM

Keunggulan kompetitif adalah pengaturan keuntungan perusahaan/organisasi yang berkolaborasi untuk mencapai kesuksesan di pasar secara efisien dan efektif. Perusahaan/organisasi memperoleh keunggulan kompetitif ketika perekonomian perusahaan mengalami keuntungan yang diperoleh dari suatu lapangan dan juga perusahaan yang bersaing dan berpartisipasi dalam kegiatan serupa/sejenis (Tirtayasa, 2022). Keunggulan kompetitif diperlukan untuk dapat menghasilkan keuntungan sesuai yang diharapkan, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan melanjutkan kelangsungan hidup suatu perusahaan (Djodjobo dan Tawas, 2014). Keunggulan kompetitif dalam menghadapi persaingan menjadi pedoman keberhasilan suatu UMKM. Keunggulan kompetitif merupakan gambaran strategi mencari keuntungan dari perusahaan/organisasi yang bekerja sama untuk menciptakan keunggulan kompetitif di pasar guna menghasilkan kesuksesan. Strategi ini harus dirancang/direncanakan untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan sehingga dapat mendominasi seluruh pasar bisnis. Keunggulan kompetitif dimulai dari landasan/manfaat yang diperoleh suatu usaha bagi konsumen. Umumnya konsumen cenderung membeli produk yang harganya lebih mahal dari yang diharapkan/diinginkan (Maulana, 2014).

Tirtayasa (2022) menemukan keunggulan kompetitif berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Kiyabo dan Isaga (2020) menemukan bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Hubungan antara variabel keunggulan bersaing dengan kinerja UMKM dinyatakan sebagai hipotesis kelima.

H5 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara keunggulan bersaing terhadap kinerja UMKM.

Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM dimediasi Keunggulan Kompetitif

Ul Huda., dkk (2020) menemukan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja UKM. Tidak terdapat pengaruh antara keunggulan kompetitif terhadap kinerja UKM. Tidak terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM yang dimediasi keunggulan kompetitif.

Tirtayasa (2022) mengatakan bahwa memperoleh keunggulan kompetitif berperan memediasi orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM. Kiyabo dan Isaga (2020) menemukan adanya hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja UKM yang dimediasi oleh keunggulan kompetitif. Hubungan antara variabel orientasi kewirausahaan dengan kinerja melalui keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi dinyatakan sebagai hipotesis keenam.

H6: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja yang dimediasi keunggulan kompetitif.

Inovasi pada kinerja dimediasi oleh keunggulan kompetitif

Ndubisi dan Iftikhar (2012) menemukan bahwa inovasi berhubungan langsung dengan kinerja. Priatin., dkk (2017) menemukan bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran, dimana inovasi produk kemudian berperan sebagai variabel mediasi parsial.

Ul Huda., dkk (2020) menemukan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah. Gradistya dan Farida (2016) menemukan bahwa inovasi berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Selanjutnya, Inovasi bertindak sebagai variabel mediasi parsial. Hubungan antara variabel inovasi dan kinerja melalui keunggulan kompetitif sebagai variabel mediasi dinyatakan sebagai hipotesis ketujuh.

H7 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara inovasi terhadap kinerja yang dimediasi keunggulan kompetitif

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi penelitian ini adalah UMKM Kuliner di Bantul Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan teknik sampling aksidental. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis SEM menggunakan PLS SEM. Berikut definisi operasional variabel:

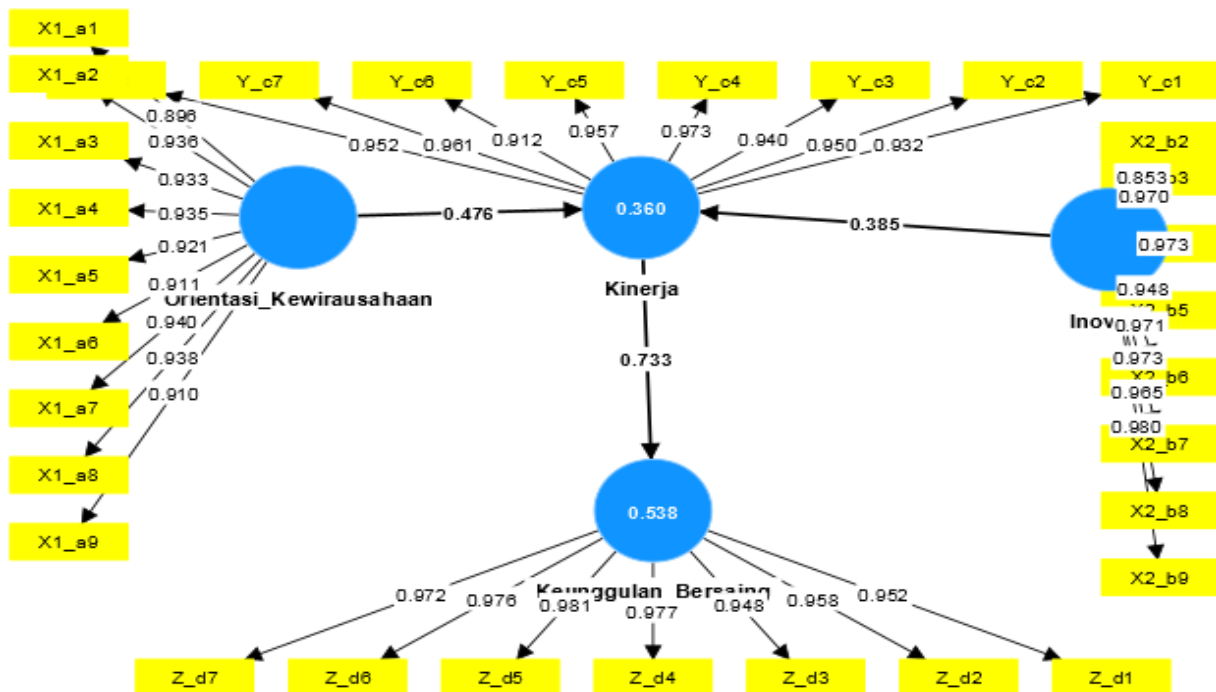
1. Kinerja merupakan hasil seorang pegawai melaksanakan tanggung jawab atau pekerjaannya selama jangka waktu tertentu yang disepakati. Dalam penelitian ini indikator yang akan diteliti menurut Mangkunegara (2016) terdiri dari 1) kualitas pekerjaan, 2) kuantitas pekerjaan, 3) pelaksanaan tugas, 4) tanggung jawab pekerjaan. Skala pengukuran menggunakan skala Likert
2. Keunggulan kompetitif merupakan hasil proses perumusan strategi yang diterapkan oleh suatu perusahaan dengan tujuan memberikan nilai tambah (diferensiasi dan biaya rendah) kepada pelanggan, sehingga menghasilkan posisi yang menguntungkan bagi perusahaan. atas pesaingnya untuk jangka waktu tertentu. Dalam penelitian ini indikator yang akan diteliti menurut Dalimunthe (2017) terdiri dari 1) keunikan produk, 2) harga bersaing, 3) tidak mudah ditiru. Skala pengukuran menggunakan skala Likert.
3. Orientasi kewirausahaan merupakan serangkaian aktivitas dan proses kreatif yang disertai dengan perilaku kewirausahaan yang memberdayakan perusahaan untuk menembus pasar baru. Dalam penelitian ini indikator yang akan diteliti sesuai dengan penelitian Ndubisi dan Iftikhar (2012) yaitu terdiri dari 1) pengambilan risiko, 2) proaktivitas dan 3) otonomi. Skala pengukuran menggunakan skala Likert
4. Inovasi adalah proses mewujudkan suatu gagasan baru yang berbeda dengan gagasan sebelumnya melalui produksi atau perwujudannya, dimana inovasi meliputi pembangkitan evaluasi, konsep baru dan implementasi. Dalam penelitian ini indikator yang akan diteliti menurut Rajapathirana dan Hui (2018) terdiri dari 1) inovasi produk, 2) inovasi organisasi dan 3) inovasi pasar. Skala pengukuran menggunakan skala Likert.

HASIL PENELITIAN

Deskripsi Responden

Sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 53 responden (53%), berusia 36-45 tahun sebanyak 36 responden (36%), tingkat pendidikannya SMK/SMA, sebanyak 68 responden (68%) dan berpendapatan Rp 1.000.000-Rp 2.500.000 sebanyak 51 responden (51%).

Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)



Gambar 1. Pengujian Model Pengukuran

Sumber: Data primer diolah, 2023

Pada gambar di atas konstruk orientasi kewirausahaan diukur dengan 3 indikator dengan 9 item pernyataan, selanjutnya konstruk inovasi diukur dengan 3 indikator dengan 9 item pernyataan, konstruk keunggulan bersaing diukur dengan 3 indikator dengan 7 item pernyataan, dan terakhir konstruk keunggulan kompetitif diukur dengan 3 indikator dengan 7 item pernyataan. Konstruk kinerja UMKM diukur dengan 4 indikator dengan 8 item pernyataan.

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Laten

Uji ini digunakan untuk menilai outer model yang meliputi validitas konvergen yang diukur dari nilai outer loading dan nilai Composite Reliability (CR) untuk mengukur tingkat reliabilitasnya.

1. Validitas konvergen

Convergent Validity diukur menggunakan parameter outer loading dan AVE (Average Variance Extracted). Suatu ukuran refleksif individu dikatakan berkorelasi apabila nilainya lebih dari 0,7 dengan konstruk yang ingin diukur (Ghozali dan Latan, 2015).

Berdasarkan nilai loading yang diperoleh, empat konstruk atau item dari variabel penelitian telah memenuhi syarat yaitu nilainya lebih dari 0,7. Dengan demikian, tidak diperlukan hasil pengujian diagram jalur

2. Validitas Diskriminan

Validitas Diskriminan digunakan untuk menguji validitas suatu model. Validitas diskriminan dilihat melalui nilai cross loading yang menunjukkan besarnya korelasi antara konstruk dengan indikatornya dan indikator dari konstruk lainnya. Nilai standar yang digunakan untuk cross loading harus lebih besar dari 0,7 atau dengan membandingkan nilai akar kuadrat rata-rata variance ekstraksi (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lain dalam model. Jika nilai akar AVE masing-masing konstruk lebih besar dari nilai korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lain dalam model, maka dikatakan mempunyai nilai validitas diskriminan yang baik.

Berdasarkan analisis yang diperoleh yaitu nilai cross loading diatas 0,7 dikatakan mempunyai nilai validitas diskriminan yang baik

3. Keandalan Komposit

Kriteria reliabilitas dapat dilihat dari nilai reliabilitas komposit masing-masing variabel. Nilai batas tingkat reliabilitas lebih besar dari 0,7

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas - Reliabilitas Komposit

Variabel	Alfa Cronbach	rho_a	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Inovasi	0,988	0,992	0,990	0,914
Keunggulan Bersaing	0,988	0,989	0,990	0,934
Kinerja	0,984	0,984	0,986	0,897
Orientasi Kewirausahaan	0,979	0,981	0,981	0,854

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1, nilai seluruh variabel mempunyai nilai Cronbach's Alpha atau Composite Reliability lebih besar dari 0,7. Jadi kesimpulannya seluruh item pernyataan dinyatakan reliabel dan reliabel

Analisis Model Struktural (Inner Model)

Model struktural pada PLS (Partial Least Square) dievaluasi menggunakan R-Square dari konstruk dependen, nilai koefisien jalur atau nilai t setiap jalur untuk menguji signifikansi antar konstruk dalam model struktural.

Nilai R-Kuadrat (R²)

Tabel 2. Hasil Pengujian Goodness of Fit

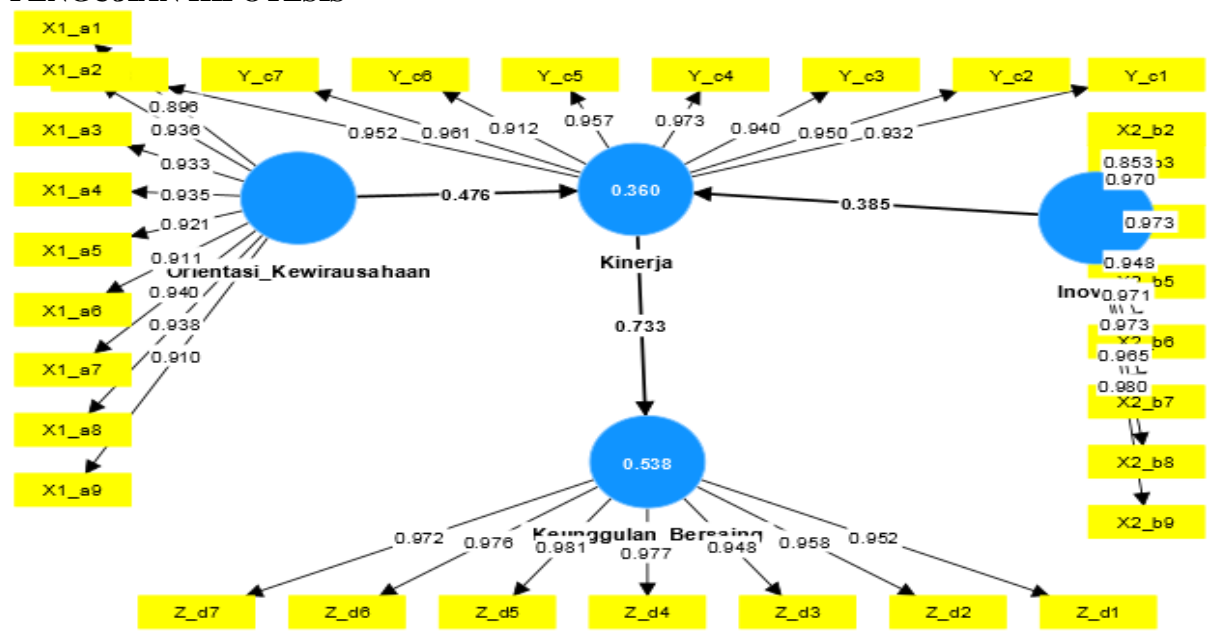
Variabel	R-Kotak	R-Square Disesuaikan
Kinerja UMKM	0,598	0,585

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2 nilai Adjusted R-Square variabel Kinerja UMKM sebesar 0,598, nilai tersebut mempunyai arti bahwa variabel Kinerja UMKM dapat dijelaskan oleh variabel orientasi kewirausahaan, inovasi dan keunggulan bersaing sebesar 59,8% dan sisanya sebesar 40,2% dapat dijelaskan oleh

variabel Kinerja UMKM sebesar 59,8% dan sisanya sebesar 40,2% dapat dijelaskan oleh variabel Kinerja UMKM sebesar 0,598. dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

PENGUJIAN HIPOTESIS



Gambar 2. Hasil Uji Hipotesis

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji t, nilai original sample sebesar 0,477, memiliki nilai statistik sebesar 6,167 dan nilai sig sebesar 0,000. Karena nilai sig < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 maka dapat diartikan bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Jadi hipotesis pertama menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM.

Berdasarkan hasil uji t tabel diperoleh nilai original sample sebesar 0,383, memiliki nilai statistik sebesar 4,993 dan nilai sig sebesar 0,000. Karena nilai sig < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 maka dapat diartikan bahwa inovasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Jadi hipotesis kedua menjelaskan bahwa terbukti adanya pengaruh signifikan komunikasi terhadap kinerja UMKM.

Berdasarkan hasil uji t, nilai original sample sebesar 0,382, memiliki nilai statistik sebesar 4,335 dan nilai sig sebesar 0,000. Karena nilai sig > 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 maka dapat diartikan bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing. Jadi hipotesis ketiga menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing terbukti.

Berdasarkan hasil uji t, nilai original sample sebesar 0,408, memiliki nilai statistik sebesar 4,672 dan nilai sig sebesar 0,000. Karena nilai sig < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 maka dapat diartikan bahwa inovasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing. Jadi hipotesis keempat menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi dengan keunggulan kompetitif terbukti.

Berdasarkan hasil uji t, nilai original sample sebesar 0,584, memiliki nilai statistik sebesar 9,018 dan nilai sig sebesar 0,000. Karena nilai sig < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 maka dapat diartikan bahwa inovasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing. Jadi hipotesis kelima menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan keunggulan bersaing terhadap kinerja UMKM terbukti.

Berdasarkan hasil uji t, nilai original sample sebesar 0,223 dan memiliki nilai statistik sebesar 3,688 dan nilai sig sebesar 0,000. Karena nilai sig < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 maka dapat diartikan bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Jadi hipotesis

keenam menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan keunggulan kompetitif yang memediasi orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM terbukti.

Berdasarkan hasil uji t, nilai original sample sebesar 0,238 dan memiliki nilai statistik sebesar 4,208 dan nilai sig sebesar 0,000. Karena nilai sig < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 maka dapat diartikan bahwa inovasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Jadi hipotesis ketujuh menjelaskan keunggulan kompetitif memediasi inovasi dengan kinerja UMKM terbukti.

PEMBAHASAN

Orientasi kewirausahaan mempunyai nilai yang tinggi. Dalam hal ini UMKM dapat meningkatkan kinerja UMKM dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, mengenali dan membantu memperjelas keinginan kelompok produk yang dijual, serta mendengarkan kritik dan saran dapat meningkatkan orientasi kewirausahaan UMKM. Orientasi kewirausahaan yang baik secara langsung dapat meningkatkan kinerja. Selain itu, semakin tepat orientasi kewirausahaan ditentukan maka kinerjanya akan semakin baik. Namun sebaliknya, semakin tidak tepat orientasi kewirausahaan yang ditentukan oleh pelaku usaha, maka semakin kecil kemungkinannya memberikan hasil dalam peningkatan kinerja. Orientasi kewirausahaan berperan besar dalam meningkatkan tingkat efisiensi UMKM, hal ini dikarenakan orientasi kewirausahaan menuntut kemampuan berinovasi, bertindak aktif dan mengambil risiko. Dengan adanya kekuatan, untuk menjadi lebih baik, perusahaan/organisasi harus mampu mendukung efektivitas UMKM dan perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan/organisasi lain. Semakin baik orientasi kewirausahaan UMKM seperti kreatif, konstruktif dan berani mengambil risiko maka akan semakin baik dalam mencapai tingkat keberhasilan perusahaan/organisasi, begitu pula sebaliknya. Hal ini akan memungkinkan para pelaku bisnis untuk mampu mengembangkan ide-ide inovatif dengan fokus pada tujuan, mempertimbangkan kemungkinan memasuki pasar, dan melakukan eksperimen meskipun ada risiko sehingga nantinya dapat menjadi yang terdepan dalam memimpin pasar. Penelitian ini sejalan dengan penelitian [Usvita \(2015\)](#) yang menemukan adanya pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UKM pangan. [Mustikowati dan Tysari \(2014\)](#), bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. [Tirtayasa \(2022\)](#) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. [Astuti., et.al \(2021\)](#) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. [Dahana., dkk \(2021\)](#) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif langsung terhadap kinerja pemasaran

Inovasi adalah proses mewujudkan suatu gagasan baru yang berbeda dengan gagasan sebelumnya melalui produksi atau perwujudannya, dimana inovasi meliputi pembangkitan evaluasi, konsep baru dan implementasi. UKM yang memiliki inovasi yang baik akan mampu mencapai kinerja perusahaan/organisasi yang baik pula. Dengan inovasi yang lebih baik, maka ketika mengembangkan ide produk baru, perusahaan/organisasi akan memfokuskan seluruh sumber daya yang dimilikinya untuk mampu menghadirkan produk tersebut dan selalu melakukan upaya untuk memasarkan produk yang sangat bervariasi di pasaran. Pada akhirnya, inovasi yang diterapkan menjadi pedoman bagi perusahaan/organisasi untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam jangka waktu yang panjang. Penelitian ini sejalan dengan penelitian [Ndubisi dan Iftikhar \(2012\)](#) yaitu inovasi berhubungan langsung dengan kinerja dan memediasi hubungan antara kewirausahaan dan kinerja. [Priatin., dkk \(2017\)](#) menemukan bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran. [Gradistya dan Farida \(2016\)](#) menemukan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran.

Semakin tepat orientasi kewirausahaan ditentukan maka keunggulan kompetitifnya akan semakin baik. Namun sebaliknya, semakin tidak tepat orientasi kewirausahaan yang ditentukan oleh pemilik UMKM maka keunggulan kompetitif yang diterapkan tidak dapat sesuai dengan yang diharapkan, karena orientasi kewirausahaan dan keunggulan kompetitif merupakan salah satu proses dalam manajemen strategis. Untuk mencapai keberlanjutan, pola perilaku kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan dapat dikomunikasikan melalui program pembelajaran dan pengembangan yang berkesinambungan sesuai kebutuhan dan/atau strategi bisnis untuk meningkatkan kemampuan inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko sehingga menghasilkan keunggulan kompetitif. Penelitian ini sejalan dengan penelitian [Mahmood dan Hanafi \(2013\)](#) yaitu orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. [Sirivanh dan Sukkabot \(2014\)](#) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. [Pardi., et. al \(2014\)](#) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh yang besar terhadap keunggulan

bersaing. [Tirtayasa \(2022\)](#) menemukan bahwa pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing adalah positif dan signifikan. [Kiyabo dan Isaga \(2020\)](#) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing

Perusahaan melalui proses inovatif menemukan cara untuk beroperasi lebih efisien. Inovasi pasar berkontribusi terhadap minat perusahaan untuk beroperasi secara lebih efektif, dimana inovasi tersebut membantu perusahaan mengidentifikasi ruang pasar baru yang dapat bersaing ([Kuratko et al., 2001 dalam Zeebaree dan Siron, 2017](#)). Diferensiasi memerlukan kemampuan inovatif, yang mengarah pada produk baru yang meningkatkan nilai bagi pelanggan, membenarkan harga premium ([Lechner dan Gudmundsson, 2014](#)). [Gitau., dkk \(2016\)](#) juga menekankan bahwa perusahaan harus terus memperkenalkan inovasi baru dan cepat kepada pelanggannya untuk mempertahankan daya saingnya. Dengan demikian, inovasi yang lebih besar akan meningkatkan keunggulan kompetitif di perusahaan kecil. Penelitian ini sejalan dengan penelitian [Ul Huda., dkk \(2020\)](#) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Inovasi Produk terhadap Keunggulan Kompetitif.

Keunggulan kompetitif yang baik dapat meningkatkan kinerja. Artinya UMKM kuliner telah menerapkan keunggulan kompetitif yang telah ditetapkan layak atau baik sehingga mampu memberikan hasil dalam peningkatan kinerja. Keunggulan kompetitif adalah pengaturan keuntungan perusahaan/organisasi yang berkolaborasi untuk mencapai kesuksesan di pasar secara efisien dan efektif. Perusahaan/organisasi memperoleh keunggulan kompetitif ketika perekonomian perusahaan mengalami keuntungan yang diperoleh dari suatu lapangan dan juga perusahaan yang bersaing dan berpartisipasi dalam kegiatan serupa/sejenis ([Tirtayasa, 2022](#)). Keunggulan kompetitif diperlukan untuk dapat menghasilkan keuntungan sesuai yang diharapkan, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan melanjutkan kelangsungan hidup suatu perusahaan ([Djodjobo dan Tawas, 2014](#)). Keunggulan kompetitif dalam menghadapi persaingan menjadi pedoman keberhasilan suatu UMKM. Keunggulan kompetitif merupakan gambaran strategi mencari keuntungan dari perusahaan/organisasi yang bekerja sama untuk menciptakan keunggulan kompetitif di pasar guna menghasilkan kesuksesan. Strategi ini harus dirancang/direncanakan untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan sehingga dapat mendominasi seluruh pasar bisnis. Keunggulan kompetitif dimulai dari landasan/manfaat yang diperoleh suatu usaha bagi konsumen. Umumnya konsumen cenderung membeli produk yang harganya lebih mahal dari yang diharapkan/diinginkan ([Maulana, 2014](#)). Penelitian ini sejalan dengan penelitian [Tirtayasa \(2022\)](#) yaitu keunggulan kompetitif berpengaruh terhadap kinerja UMKM. [Kiyabo dan Isaga \(2020\)](#) menemukan bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM.

[Mahmood dan Hanafi \(2013\)](#) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif. [Sirivanh dan Sukkabot \(2014\)](#) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. [Pardi, et.al\(2014\)](#) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh yang besar terhadap keunggulan bersaing. [Tirtayasa \(2022\)](#) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. [Kiyabo dan Isaga \(2020\)](#) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Lebih lanjut [Ndubisi dan Iftikhar \(2012\)](#) menemukan bahwa inovasi berhubungan langsung dengan kinerja dan memediasi hubungan antara kewirausahaan dan kinerja. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian [Rasyidi \(2016\)](#) yang menemukan adanya pengaruh tidak langsung orientasi terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing. [Ul Huda., dkk \(2020\)](#) menemukan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Kompetitif dan kinerja UKM. Tidak terdapat pengaruh signifikan orientasi kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah yang dimediasi Keunggulan Kompetitif

Penelitian ini sejalan dengan penelitian [Gradistya dan Farida \(2016\)](#) yaitu inovasi berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Selanjutnya, Inovasi bertindak sebagai variabel mediasi parsial. [Ndubisi dan Iftikhar \(2012\)](#) menemukan bahwa inovasi berhubungan langsung dengan kinerja. [Gradistya dan Farida \(2016\)](#) menemukan bahwa inovasi berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Selanjutnya, Inovasi bertindak sebagai variabel mediasi parsial. Lebih lanjut [Ndubisi dan Iftikhar \(2012\)](#) menemukan bahwa inovasi berhubungan langsung dengan kinerja dan memediasi hubungan antara kewirausahaan dan kinerja. [Priatin., dkk \(2017\)](#) menemukan bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran, dimana inovasi produk kemudian berperan sebagai variabel mediasi parsial. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian [Ul Huda., dkk \(2020\)](#) yaitu tidak terdapat pengaruh yang

signifikan antara Inovasi Produk terhadap kinerja UKM. Tidak terdapat pengaruh signifikan inovasi produk terhadap kinerja UKM yang dimediasi keunggulan kompetitif

SARAN

Lebih memperkaya lagi riset yang terkait dengan pengaruh Orientasi dan Inovasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Kuliner dikaitkan dengan Peran Mediasi Keunggulan Bersaing. Demikian juga mempertimbangkan variabel lain yang bisa memediasi pola hubungan antara Orientasi dan Inovasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Kuliner

Orientasi kewirausahaan beberapa pengusaha Ingkung Ayam Jawa berada pada tingkat yang baik, sehingga pengusaha harus mampu mempertahankan dan meningkatkan orientasi kewirausahaannya dengan meningkatkan indikator inovatif dan berani mengambil risiko. dan proaktif dengan menggunakan metode atau teknologi terkini dalam penjualan, lebih berani mengambil resiko dan lebih aktif dalam memasarkan produk terbaru sehingga orientasi kewirausahaan pengusaha keripik buah semakin meningkat.

Keunggulan kompetitif UMKM berada pada tingkat yang baik, sehingga pengusaha harus mempertahankan dan meningkatkan keunggulan kompetitifnya dengan meningkatkan indikator keunikan produk dan biaya dengan menonjolkan keunikan Ayam Ingkung Jawa serta menurunkan harga jual dengan menurunkan biaya produksi dan meningkatkan kualitas produk. berada pada kategori cukup baik. dengan selalu melakukan evaluasi kualitas produk secara berkala agar kualitas produk dapat dipertahankan atau ditingkatkan sehingga keunggulan bersaing Ingkung Ayam Jawa dapat meningkat.

UMKM industri kuliner dalam mempertahankan pelanggan harus terus mampu memperbaiki kekurangan yang dimiliki setiap UMKM industri kuliner. UMKM di industri kuliner harus lebih memperhatikan dan melibatkan karyawannya untuk meningkatkan kinerja UMKM.

REFERENSI

- Alfulailah, F., & Soehari, T D. 2020. Pengaruh Inovasi, Teknologi Informasi, Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha. *Akademika* Vol 9 No.2, hal 161-176
- Alsuwaidi, AKMS., Alshami, SA., & Akmal, S. 2021. The Impact of Entrepreneurship on Airport Industry Innovation: A Dual Mediation Framework of Strategic Alignment and Learning Orientation. *Journal of the Academy of Strategic Management* Vol: 20 Edition: 2S
- Astuti, WT., Sudiro, A., Hadiwidjojo, D., & Sudjatno. 2021. The Role of Innovation in Mediating the Influence of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation on Business Performance in the SME Context. *Journal of Egyptian Archaeology/Egyptology Palarch* 18 (8), pp. 1337-1352
- Dahana, RN., & Indrawati, NK., Mugiono. 2021. Keunggulan Kompetitif Untuk Memediasi Pengaruh Inovasi Produk Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Industri Kecil Dan Menengah. *Jurnal Manajemen Terapan* Volume 19 Nomor 2 Juni 2021, hlm 413-423
- 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)
- Darmanto., B., Wardaya, S., Setyarini, L., & Rahayu, BS. 2019. Model Campuran Orientasi Strategis Berbasis Lingkungan Dalam Mencapai Kinerja UKM Yang Tangguh. *Jurnal Internasional Penelitian Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (IJEBA)* Vol 3 Edisi 4, hal 283-293
- Dewi, RS. 2014. Pengaruh Faktor Modal Psikologis, Karakteristik Pengusaha, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia dan Karakteristik UKM Terhadap Perkembangan Usaha Pedagang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1).<https://doi.org/10.14710/jab.v2i1.5352>
- Djodjobo, CV, & Tawas, HN 2014. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja UKM Usaha Nasi Kuning di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3), hal 1214-1224.
- Ghozali, I., & Latan, H. 2015. Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan. *Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang : BP Undip
- Gitau, G., Mukulu, E., & Kihoro, J. 2016. The influence of entrepreneurial orientation on competitive advantage among mobile service providers in Kenya. *International Journal of Management Innovation and Commerce*, 3(2), pp. 2010-2016.

- Gradistya, GO., & Farida, N. 2016. Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Sebagai Variabel Intervening (Studi pada UMKM Batik di Jawa Tengah). *Jurnal Ilmu Administrasi dan Bisnis* Volume 5 Nomor 3 Tahun 2016, pp 1-9
- Hartini., RM., Irwansyah, R., Putri, DE., Ramadhani, I., Wijiharta, B., Ahmad., Firmadani, F., Febrianty., S., Julius, A., Pangarso, A., Satriawan, DG., Indiyati, D., Sudarmanto, E., Panjaitan, R., Lestari, AS., & Farida, N. 2021. *Perilaku Organisasi*. Bandung : Widina Bhakti Persada
- Kadarusman., RS. 2022. Competitive Advantage, Entrepreneurial Orientation, Knowledge Sharing, and SME Performance: Mediation-Moderation Analysis. *Minds Journal: Idea Management and Inspiration* Vol. 9, No.1 (June) 2022, pp. 127-142
- Kasmir. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori Dan Praktik)*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Kiyabo, K., & Isaga, N. 2020. Orientasi kewirausahaan, keunggulan kompetitif, dan kinerja UKM: penerapan ukuran pertumbuhan perusahaan dan kekayaan pribadi. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan* (2020) 9:12, hlm 1-15 <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00123-7>
- Lechner, C., & Gudmundsson, S.V. (2014), Entrepreneurial orientation, corporate strategy and small firm performance. *International Small Business Journal*, 32(1), pp. 36-60.
- Lestari, B., Alhabsji, T., & Astuti, ES 2013. *Praktik Manajemen Pengetahuan Dan Kinerja Inovasi*. Malang : UB Pers
- Mahmood, R., & Hanafi, N. 2013. Entrepreneurial Orientation and Business Performance of Women-Owned Small and Medium Enterprises in Malaysia: Competitive Advantage as a Mediator. *International Journal of Business and Social Sciences*, 4(1), pp. 82–90
- Mangkunegara, AA Anwar Prabu. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Perusahaan. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Maulana, A. 2014. *Sistem Pengendalian Manajemen* (edisi ke-6). Jakarta: Salemba Empat.
- Mustikowati, RI., & Tysari, I. 2014. Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada UKM Sentra Kabupaten Malang). *MODERNISASI* Volume 10 Nomor 1 Februari 2014, hlm 23-37
- Naheed, K., Aamir, M., & Ahmad, N. 2019. Corporate Innovative Mediation and Moderation of Environmental Turbulence on Entrepreneurial Orientation and Company Performance. *Journal of Law & Social Sciences*, 1(1), pp. 13-26
- Ndubisi, NO., & Iftikhar, K. 2012. The Relationship Between Entrepreneurship, Innovation and Performance (Comparing Small and Medium Enterprises). *Journal of Marketing and Entrepreneurship Research* Vol. 14 Number 2, 2012, pp. 214-236
- Pardi, P., Suharsyono, S., Imam, S., & Zainul, A. 2014. The Influence of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation on Learning Orientation, Innovation, Competitive Advantage and Marketing Performance. *European Journal of Business and Management*, 6(21), pp. 69-80.
- Priatin, Y., Surya, D., & Suhendra, I. 2017. Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Kelompok Usaha Bersama (KUB) Gerabah di Desa Bumi Jaya Kecamatan Ciruas Kabupaten Serang). *JRBM Tirtayasa* Jilid 1 (1) - Mei 2017, hlm 81-96
- Rahid, Abu Obida. 2023. Pembiayaan UKM Bank Umum Di Bangladesh: Arah Kebijakan Berdasarkan Pandangan Peminjam Pinjaman UKM. *Jurnal Internasional Usaha Kecil Dan Menengah* 6 (1) (2023), hal 1-81. <https://doi.org/10.46281/ijsmes.v6i1.1831>
- Rajapathirana, RP, & Hui, JY. 2018. Hubungan antara kemampuan inovasi, jenis inovasi, dan kinerja perusahaan. *Jurnal Inovasi & Pengetahuan (JIK)* Volume 3 Edisi 1, hal 44-55
- Rasyidi, MF. 2016. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada UMKM Keripik Buah Di Wilayah Malang Raya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa JEB universitas Brawijaya* Vol 4, No 2, pp 1-14
- Rothaermel, FT 2013. *Manajemen Strategis, Konsep dan Kasus*. New York: McGraw Hill/Irwan
- Saiman, L. 2014. *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sirivanh, T., & Sukkabot, S. 2014. The Influence of Entrepreneurial Orientation and Competitive Advantage on SME Growth: Structural Equation Modeling Study. *International Journal of Business and Social Sciences*, 5(6), pp. 189-195
- Tirtayasa, S. 2022. The Influence of Entrepreneurial Orientation and Market Orientation on the Performance of Small and Medium Enterprises Mediated by Competitive Advantage. *Enrichment: Journal of Management*, 12 (2) (2022), pp. 1825-1839

- Ul Huda, I., Karsudjono, A.J., & Maharani, P.N. 2020. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah dengan Variabel Intervening Keunggulan Bersaing (Studi Pada UKM di Banjarmasin). *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)* Vol. 4, No.3 Maret (2020), hlm 392-407.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)
- Usvita, M. 2015. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening (Survei pada UKM Pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang). *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 3(1), hal 31-37.
- Widodo, SE. 2015. *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wiyono, G. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*. Yogyakarta : STIM YKPN
- Zeebaree, M. R., & Siron, R. B. (2017). The Impact of Entrepreneurial Orientation On Competitive Advantage Moderated By Financing Support In SMEs. *Journal International Review Of Management And Marketing*, 7(1), 43–52.
- Zia, S., & Shafiq, M. 2017. Inovasi dan manajemen pengetahuan. Tinjauan literatur dan kerangka penelitian. *Jurnal Manajemen Mutu dan Teknologi*, 13(1), hlm 99-116