

PENGARUH INOVASI DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PELAKU USAHA KERAJINAN KAYU DI DESA BORO TULUNGAGUNG

Davit Widiyanto¹, Udik Jatmiko², Nur Hidayati³

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kediri

davitw08@gmail.com, udikjatismiko@uniska-kediri.ac.id, nurhidtyati4499@gmail.com

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of finding out about the marketing strategies of wood craft business actors in Boro Village, Tulungagung, which are less effective from the aspects of product innovation and entrepreneurial orientation. The location of this research is Boro Tulungagung Village, East Java. The respondents in this research were wood craft business actors in Boro Tulungagung Village, totaling 84 business actors who were used as samples. The analysis technique was carried out using descriptive analysis and inferential statistics through validity, reliability, classical assumption tests, multiple linear regression tests, t tests and F tests. The results of the research obtained the regression equation $Y = 4.380 + 0.550X_1 + 0.664X_2$. The innovation variable partially and significantly influences the competitive advantage of wood craft business actors in Boro Tulungagung Village with a calculated t value of $7.616 > t$ table of 1.98969 with a significant value of $0.010 < 0.05$. The entrepreneurial orientation variable partially and significantly influences the competitive advantage of wood craft business actors in Boro Tulungagung Village with a calculated t of $9.256 > t$ table of 1.98969 with a significant value of $0.000 < 0.05$. Simultaneously innovation and entrepreneurial orientation have a significant influence on the competitive advantage of wood craft business actors in Boro Tulungagung Village. This result is proven by the calculated F value in this study of 75.722 and a significance value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: *Innovation, Entrepreneurial Orientation, Excellence Compete*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui mengenai strategi pemasaran para pelaku usaha kerajinan kayu di Desa Boro Tulungagung yang kurang efektif dilihat dari aspek inovasi dan orientasi kewirausahaan produk. Lokasi penelitian ini adalah di Desa Boro Tulungagung Jawa Timur. Responden dalam penelitian ini adalah pelaku usaha kerajinan kayu di Desa Boro Tulungagung sebanyak 84 pelaku usaha yang dijadikan sampel. Teknik analisis dilakukan dengan analisis deskriptif dan statistik inferensial melalui uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji t dan uji F. Hasil penelitian memperoleh persamaan regresi $Y = 4,380 + 0,550X_1 + 0,664X_2$. Variabel inovasi secara parsial dan

signifikan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pelaku usaha kerajinan kayu di Desa Boro Tulungagung dengan nilai t hitung $7,616 > t$ tabel sebesar 1,98969 dengan nilai signifikan $0,010 < 0,05$. Variabel orientasi kewirausahaan secara parsial dan signifikan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pelaku usaha kerajinan kayu di Desa Boro Tulungagung dengan t hitung $9,256 > t$ tabel sebesar 1,98969 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Secara simultan inovasi dan orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pelaku usaha kerajinan kayu di Desa Boro Tulungagung. Hasil ini dibuktikan dengan nilai F hitung pada penelitian ini sebesar 75,722 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Inovasi, Orientasi Kewirausahaan, Keunggulan Bersaing

Pendahuluan

Globalisasi saat ini telah memasuki era 4.0, yang membuat persaingan industri semakin tinggi dan ketat. Tidak hanya bersaing dengan kompetitor lokal, tetapi juga harus bersaing dengan kompetitor asing yang sudah banyak masuk di industri dalam negeri. Negara Indonesia sebagai negara berkembang tidak bisa hanya mengandalkan perusahaan besar sebagai penggerak ekonomi, tetapi diperlukan juga keterlibatan dari Pelaku Usaha. Pelaku Usaha merupakan salah satu penopang ekonomi, karena mampu menumbuhkan perekonomian, menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) serta menurunkan tingkat inflasi.

Menurut pengertian Pasal 1 angka 3 PP Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Munculnya persaingan dalam usaha/industri merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Adanya persaingan, setiap usaha akan dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman. Setiap usaha dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta berbagai perubahan yang ada di lingkungan bisnis. Sudah seharusnya setiap usaha meminimalkan kelemahan dan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki. Persaingan usaha yang ketat, menuntut harus mampu memilih dan menetapkan inovasi dan orientasi kewirausahaan yang dapat digunakan dalam keunggulan bersaing.

Inovasi dalam pemasaran adalah upaya untuk menciptakan ide-ide baru dalam strategi pemasaran yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan. Perusahaan yang berorientasi kewirausahaan pada pasar atau para konsumennya memastikan bahwa produk atau jasanya selalu diinginkan dan dibutuhkan. Dibanding harus memaksakan konsumen untuk mencoba hal baru, menyesuaikan produk kita dengan kebutuhan yang ada cenderung lebih mudah. Perusahaan yang mampu menciptakan keunggulan bersaing akan memiliki kekuatan untuk bersaing dengan perusahaan lainnya karena produknya akan tetap memiliki kekuatan untuk bersaing dengan perusahaan lainnya karena produknya akan tetap diminati pelanggan.

Keunggulan Bersaing merupakan strategi perusahaan yang berkolaborasi agar dapat bersaing lebih efektif di pasar mendapatkan keunggulan daripada pesaingnya (Tawas, 2014). Menurut West (dalam Tawas, 2014) inovasi merupakan ide-ide baru, proses, produk, atau prosedur yang diperkenalkan ke dalam pekerjaan, tim kerja, atau organisasi dengan maksud untuk digunakan untuk menguntungkan pekerjaan, tim kerja, atau organisasi. Orientasi kewirausahaan adalah kunci dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi perusahaan yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi ditandai dengan kemampuan kreatif dan inovatif yang menjadi dasar dan sumber daya untuk mencari peluang sukses (Merakati, Rusdarti and Wahyono, 2017).

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti bertempat di wilayah Tulungagung . Terdapat beberapa pelaku usaha kerajinan kayu yang tersebar di masing-masing wilayah. Terutama pada Desa Boro Kecamatan Kedungwaru Tulungagung. Kurangnya inovasi produk membuat semakin tertinggalnya pelaku usaha kerajinan kayu dalam mengikuti perubahan jaman. Seperti perluasan produk yang kurang dalam mencari pangsa baru dan menentukan segmentasi pasar, perbaikan produk yang tidak maksimal dalam memperbaiki kualitas produk dari pesaing, dan jika dilihat hanya produk-produk yang sama pada setiap harinya. Terdapat beberapa pelaku usaha kerajinan kayu yang tidak mengenal arti dari orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan sendiri sangatlah penting bagi kelangsungan keberhasilan produk dan mengembangkan usahanya tersebut dalam menghadapi persaingan di masa mendatang. Kemampuan berinovasi yang kurang dalam menghadapi permintaan konsumen ketika produk mengalami stok habis dan belum bisa membuat alat produksi yang lebih efektif. Banyak pelaku usaha kerajinan kayu yang kurang berani dalam mengambil resiko pada saat memasuki pasar baru dan menawarkan produk kepada calon konsumen, serta tidak proaktif pada saat menerima saran kritikan yang diberikan dari konsumen untuk meningkatkan percaya diri dalam menjalankan usaha. Sehingga dapat mempengaruhi dalam keunggulan bersaing, antara lain seperti harga produk yang tidak mampu bersaing, kualitas produk tidak sesuai dengan kebutuhan, dan keunikan produk yang kurang menarik.

Menurut Hasan (dalam Nizam *et al.*, 2020) dengan memiliki keunggulan bersaing suatu usaha akan mampu bertahan dalam mencapai keberhasilan dan setiap usaha harus mampu memberikan nilai yang lebih kepada pelanggan dari apa yang telah diberikan oleh pesaingnya. Keberhasilan suatu usaha dalam menjaga kestabilan penjualan produk terdapat dalam kepandaianya untuk berinovasi. (Lestari, Astuti and Ridwan, 2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif dari inovasi terhadap keunggulan bersaing. Hasil penelitian dari Helia & Farifa (2015) menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Tinjauan Pustaka

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan suatu seni dan ilmu di dalam pasar sasaran untuk menarik, menjaga, dan meningkatkan konsumen dengan menciptakan, mengkomunikasikan, dan menghantarkan kualitas konsumen yang unggul (Kotler & Armstrong, 2016).

Konsep Pemasaran

Menurut Lupiyoadi & Hamdani (2014:12) konsep pemasaran adalah sebuah filsafat bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing menurut Darmanto & Wardaya (2016:34) yaitu keunggulan bersaing yang terus bertahan, artinya kemampuan organisasi untuk belajar lebih cepat dari pada pesaingnya. Perusahaan yang memiliki keuntungan bersaing senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan memilih strategi pemasaran yang efektif.

Inovasi

Inovasi adalah suatu ide atau gagasan yang diterima sebagai hal yang baru oleh perusahaan untuk diterapkan (Darmanto, 2015). Ide dan peluang baru yang diciptakan oleh wirausahawan harus memiliki nilai tambah bagi konsumen (Hidayati *et al.*, 2022)

Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan (Jatmiko, 2016). Orientasi perusahaan sebagai budaya organisasi yang paling efektif dan efisien untuk menciptakan perilaku-perilaku yang dibutuhkan untuk menciptakan *superior value* bagi pembeli dan menghasilkan *superior performance* bagi perusahaan (Nizam *et al.*, 2020)

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif merupakan metode yang mendeskripsikan hasil pengujian statistik baik secara deskriptif ataupun secara inferensial (Sugiyono, 2018). Pendekatan penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan asosiatif. Pendekatan asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat yang berwujud angka-angka yang dapat dihitung (Sekaran & Bougie, 2017:13).

Populasi merupakan jumlah dari keseluruhan objek atau subjek didalamnya mempunyai karakteristik dan kualitas sesuai dengan syarat yang telah ditetapkan oleh peneliti agar dapat diteliti kemudian ditarik kesimpulannya (Sekaran & Bougie, 2017:121). Populasi dari penelitian ini adalah para pelaku usaha kerajinan kayu di Desa Boro Kec. Kedungwaru Tulungagung yang berjumlah 108 pelaku usaha kerajinan kayu.

Sampel menurut Sugiyono (2018:91) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini jumlah sampel diambil dari beberapa jumlah pelaku usaha kerajinan kayu di Desa Boro Tulungagung sebanyak 84 pelaku usaha kerajinan kayu. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan jenis teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2018). Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* ini karena sesuai untuk penelitian kuantitatif, yang telah dipilih memenuhi dari latar belakang dan memiliki ciri-ciri mayoritas pada populasi. Kriteria dalam pengambilan sampel dalam teknik *purposive sampling* antara lain :

1. Pelaku usaha yang masih aktif menjalankan usahanya.
2. Pelaku usaha yang melakukan inovasi.
3. Pelaku usaha yang melakukan orientasi kewirausahaan.

Hasil dan pembahasan

Uji Analisis Statistik Inferensial

1. Uji Validitas

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Nomor Item	Nilai Korelasi (Pearson Corellation)	Probabilitas Korelasi [sig.(2-tailed)]	Keterangan
Variabel X1 : Inovasi			
Item X1 ke 1	0,837	0,000	Valid
Item X1 ke 2	0,379	0,000	Valid
Item X1 ke 3	0,539	0,000	Valid

Item X1 ke 4	0,761	0,000	Valid
Item X1 ke 5	0,518	0,000	Valid
Item X1 ke 6	0,837	0,000	Valid
Variabel X2 : Orientasi Kewirahusahaan			
Item X2 ke 1	0,747	0,000	Valid
Item X2 ke 2	0,674	0,000	Valid
Item X2 ke 3	0,879	0,000	Valid
Item X2 ke 4	0,869	0,000	Valid
Item X2 ke 5	0,802	0,000	Valid
Item X2 ke 6	0,674	0,000	Valid
Variabel Y : Keunggulan Bersaing			
Item Y ke 1	0,668	0,000	Valid
Item Y ke 2	0,453	0,000	Valid
Item Y ke 3	0,415	0,000	Valid
Item Y ke 4	0,775	0,000	Valid
Item Y ke 5	0,595	0,000	Valid
Item Y ke 6	0,775	0,000	Valid

Sumber : Data diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 1 di atas, hasil dari uji validitas pada variabel Inovasi, Orientasi Kewirausahaan, dan Keunggulan Bersaing pada 84 responden menunjukkan kuisioner pada penelitian ini valid, karena nilai $\text{sig} \leq 0,05$.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Nama Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Pernyataan	Keterangan
(X1) Inovasi	0,728	6	Reliabel
(X2) Orientasi Kewirausahaan	0,868	6	Reliabel
(Y) Keunggulan Bersaing	0,679	6	Reliabel

Sumber : Data diolah Peneliti, 2023

Pada tabel 2 di atas, hasil uji reliabilitas ini diketahui bahwa seluruh variabel mempunyai *cronbach's alpha* > 0,60, maka dapat diartikan seluruh faktor reliabel dan baik sebagai alat ukur dalam hipotesis penelitian.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

Nama Variabel	Nilai Kolmogorov-Smirnov	Nilai Sig.(2-tailed)	Keterangan
(X1) Inovasi	1,010	0,260	Berdistribusi Normal
(X2) Orientasi Kewirausahaan	0,714	0,688	Berdistribusi Normal
(Y) Keunggulan Bersaing	0,689	0,729	Berdistribusi Normal

Sumber : Data diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 3 di atas, diperoleh hasil bahwa nilai signifikansi *Asymp. Sig.* variabel Inovasi (X1) sebesar 0,260, variabel Orientasi Kewirausahaan (X2) sebesar 0,688 dan variabel Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,729. Berdasarkan kriteria nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan data pada masing-masing variabel peneliti yang telah diuji berdistribusi normal.

2. Uji Multikolineritas

Tabel 4
Hasil Uji Multikolineritas

Nama Variabel	Colinierity Statitic		Keterangan
	Tolerance	VIF	

(X1) Inovasi	0,693	1,444	Bebas Multikolinearitas
(X2) Orientasi Kewirausahaan	0,693	1,444	Bebas Multikolinearitas

Sumber : Data diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4 di atas, diketahui nilai *tolerance* variabel Inovasi (X1) 0,693 > 0,10 dan VIF sebesar 1,444 < 10 yang artinya variabel Inovasi tidak terjadi kolinearitas dan tidak terjadi gejala multikolonearitas terhadap variabel Keunggulan Bersaing (Y). Nilai *tolerence* variabel Orientasi Kewirausahaan (X2) 0,693 > 0,10 dan VIF sebesar 1,444 < 10 yang artinya variabel Keunggulan Bersaing tidak terjadi kolinearitas dan tidak terjadi gejala multikolonearitas terhadap variabel Keunggulan Bersaing (Y).

3. Uji Linearitas

Tabel 5
Hasil Uji Linearitas

Nama Variabel	Nilai Sig	Nilai Sig F	Keterangan
Inovasi (X1) dan Keunggulan Bersaing (Y)	0,221	4,587	Linearitas
Orientasi Kewirausahaan (X2) dan Keunggulan Bersaing (Y)	0,190	4,724	Linearitas

Sumber : Data diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 5 di atas, diperoleh bahwa hubungan variabel Inovasi (X1) dan Keunggulan Bersaing (X2) memiliki nilai signifikan sebesar 0,221 dengan nilai F sebesar 4,587 dan hubungan variabel Orientasi Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing memiliki nilai signifikan sebesar 0,190 dengan nilai F sebesar 4,724. Oleh karena nilai sig hasil tersebut berada pada lebih dari 0,05 dan nilai sig F lebih dari atau sama dengan 0,05 maka dapat diartikan bahwa hubungan variabel Inovasi dan Keunggulan Bersaing memiliki sifat linear.

4. Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser**Tabel 6****Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser**

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.857	2	2.429	1.634	.202 ^b
	Residual	120.382	81	1.486		
	Total	125.239	83			

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.972	1.375		-.707	.481
	Inovasi (X1)	.049	.060	.107	.814	.418
	Orientasi Kewirausahaan (X2)	.041	.046	.117	.892	.375

Sumber : Data diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan hasil analisis tabel yang pertama di atas, menunjukkan bahwa nilai F yang ditemukan sebesar 1,634 dengan sig 0,202. Oleh karena nilai sig tersebut lebih besar dari 0,05 maka, dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil analisis tabel yang kedua di atas, menunjukkan nilai signifikan variabel Inovasi (X1) sebesar 0,418 dan nilai signifikan variabel Orientasi Kewirausahaan (X2) sebesar 0,375. Karena nilai signifikan kedua variabel lebih besar

dari pada 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji glejser, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Demikian persyaratan analisis regresi terpenuhi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.380	2.123		2.063	.042
	Inovasi (X1)	.550	.093	.727	7.616	.010
	Orientasi Kewirausah aan (X2)	.664	.072	.730	9.256	.000

Sumber : Data diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 7 dapat ditunjukkan persamaan regresi yang dapat dilihat pada nilai beta. Dengan persamaan garis sebagai berikut :

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

$$Y = 4,380 + 0,550X_1 + 0,664X_2 + e$$

Nilai konstanta adalah 4,380 pada nilai regresi dari tiap variabel masing-masing yaitu inovasi 0,550 dan orientasi kewirusahaan 0,664.

Uji Koefisien Determinan (R²)

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinan (R²)

R	R-Square	Adjusted R-Square
0,807	0,652	0,643

Sumber : Data diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 8 di atas, menunjukkan bahwa nilai R merupakan simbol korelasi sebesar 0,807 yang artinya bahwa hubungan kedua variabel penelitian ini berada pada kategori kuat. Nilai R-Square atau koefisien determinasi yang diperoleh

sebesar 0,652 yang dapat ditafsirkan bahwa variabel bebas X memiliki pengaruh kontribusi sebesar 65,2% terhadap variabel Y dan 34,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel X. Nilai Adjusted R-Square diperoleh sebesar 0,643, ukuran ini bermakna ama dengan R-Square dan hanya saja Adjusted R-Square ini nilainya lebih stabil karena sudah disesuaikan dengan variabel bebasnya.

Uji Hipotesis

1. Uji t

Tabel 9
Hasil Uji t

Pengaruh Antar Variabel	t Hitung	t Tabel	Sig
Pengaruh Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing	7,616	1,98969	0,010
Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing	9,256	1,98969	0,000

Sumber : Data diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 9 di atas, maka dapat dijelaskan mengenai pengaruh parsial antar variabel :

1. Hasil perhitungan uji t pada hipotesis pertama diperoleh t hitung sebesar $7,616 > t$ tabel sebesar 1,98969 dengan nilai signifikan $0,010 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima. H_0 ditolak berarti variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat yang diteliti.
2. Hasil perhitungan uji t pada hipotesis kedu diperoleh t hitung sebesar $9,256 > t$ tabel sebesar 1,98969 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima. H_0 ditolak berarti variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat yang diteliti.

2. Uji F

Tabel 10
Hasil Uji F

Pengaruh Antar Variabel	F Hitung	F Tabel	Signifikan
Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing	75,722	3,11	0,000

Sumber : Data diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 10 di atas, nilai F hitung pada penelitian ini sebesar $75,722 > F$ tabel sebesar 3,11 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Yang berarti secara simultan variabel Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keunggulan Bersaing.

KESIMPULAN

1. Hasil ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima. H_0 ditolak berarti variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yang diteliti. Hal ini terjadi karena pelaku usaha kerajinan kayu di Desa Boro Tulungagung memerlukan inovasi yang di dalamnya melakukan perluasan produk, perbaikan produk dan penciptaan produk baru.
2. Hasil ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima. H_0 ditolak berarti variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yang diteliti. Hal ini terjadi karena pelaku usaha kerajinan kayu di Desa Boro Tulungagung memerlukan orientasi kewirausahaan yang di dalamnya melakukan kemampuan berinovasi, berani mengambil resiko dan proaktif.
3. Hasil ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima. H_0 ditolak berarti variabel terikat secara parsial berpengaruh signifikan. Hal penelitian ini membuktikan bahwa inovasi dan orientasi kewirausahaan menjadi faktor penting yang harus dipertimbangkan dalam menjaga keunggulan bersaing pelaku usaha kerajinan kayu di Desa Boro Tulungagung.

SARAN

Bagi pelaku usaha kerajinan kayu di Desa Boro Tulungagung kedepannya lebih memperhatikan inovasi pada produk yang akan diproduksi dengan perbaikan produk lebih baik dari sebelumnya atau mencoba membuat produk baru melebihi

pesaing, sehingga produk yang mereka nantinya dapat menarik minat konsumen serta memenangkan persaingan dengan kompetitor dan juga lebih memperdalam tentang inovasi dan orientasi kewirausahaann. pelaku usaha kerajinan kayu harus senantiasa memiliki kemampuan dalam berinovasi dalam menghadapi permintaan konsumen dan membuat alat produksi yang lebih efektif. Selain itu juga berani mengambil resiko dalam memasuki sebuah pasar baru dengan berani menawarkan produk ke konsumen. Serta proaktif menerima saran maupun kritikan yang diberikan konsumen diikuti dengan rasa percaya diri dalam menjalankan usaha dapat menyesuaikan harga sesuai dengan daya beli pelanggan dengan tetap mengimbangi harga yang ditawarkan pelaku usaha lainnya, melakukan peningkatan produk sesuai standar kualitas terbaik dan mampu menciptakan ciri pemasaran yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmanto, Wardaya, Sri., Dwiyan, Titik. (2015). *Bauran Orientasi Strategi dan Kinerja Organisasi Penerapan Variabel Antecedent, Moderasi dan Mediasi dalam Penelitian Ilmiah*. Yogyakarta, Indonesia : Deepublish
- Jatmiko, U. (2016) 'Pengaruh Lingkungan Bisnis Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Peningkatan Kinerja Pelaku UKM Pada Tahap Start-Up Di Desa Paron Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri', *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 1(3), pp. 235–246.
<https://core.ac.uk/download/pdf/229210504.pdf>
- Kotler, Amstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Lupiyoadi dan Hamdani. (2014). Manajemen Pemasaran Jasa Edisi kedua. In *Salemba Empat*.
- Lestari, I., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 111–118.
<https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.245>
- Merakati, I., Rusdarti, & Wahyono. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan melalui Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran. *Journal of Economic Education*, 6(2), 114–123.
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm. *Jurnal EMA*, 5(2), 100–109. <https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.55>
- Hidayati, Prasetya & Najibul . (2022) 'Pengaruh Pengalaman Pemasaran Terhadap

- Pembelian Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Di UD Sinar Harapan Kediri', 06. <https://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek/article/view/4396/3121>
- Renita Helia, Naili Farida, B. P. (2015). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Antara (Studi Kasus pada IKM Batik di Kampung Batik Laweyan, Solo). *Journal Of Social And Political Of Science*, 1–10.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). Metode Penelitian Bisnis Edisi 6 Buku 2. In *Jakarta: Salemba Empat*.
- Sugiyono. (2018). Metode Peneiltian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Alfabeta Bandung*.
- Tawas, C. V. D. H. N. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2(1), 1214–1224. <https://doi.org/10.33096/paradoks.v4i1.768>