

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN KREATIVITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA UMK SENTRA KULINER JL.UNESA LIDAH WETAN SURABAYA

Farqa Adinata, Awin Mulyati, Diana Juni Mulyati
Universitas 17 Agustus Surabaya

Frqadnt26@gmail.com, awin@untag-sby.ac.id, diana@untag-sby.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan dan kreativitas poduk terhadap keunggulan bersaing pada pelaku usaha Sentra Kuliner Jl. Unesa Lidah Wetan Surabaya. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang menggunakan survei dengan kuesioner untuk mengumpulkan data. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 orang. Sampel subjek pada penelitian ini adalah pelaku usaha Sentra Kuliner Jl. Unesa Lidah Wetan Surabaya. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi R^2 , dan uji hipotesis (Uji t dan Uji F). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaann dan kreativitas produk memiliki pengaruh kuat dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Kata Kunci: Orientasi Kewirausahaan, Kreativitas Produk, Keunggulan Bersaing

Abstract

This research aims to determine the influence of entrepreneurial orientation and product creativity on the competitive advantage of business actors at the Culinary Center Jl. Unesa Tongue Wetan Surabaya. This research uses a quantitative method which uses a survey with a questionnaire to collect data. The number of respondents in this study was 100 people. The sample of subjects in this research were business actors at the Culinary Center Jl. Unesa Tongue Wetan Surabaya. The data analysis method in this research is to use multiple linear regression analysis, R^2 coefficient of determination test, and hypothesis testing (t test and F test). The results of this research show that entrepreneurial orientation and product creativity have a strong and significant influence on competitive advantage.

Key word: Entrepreneurial Orientation, Product Creativity, Competitive Advantage

Article History

Received: Juli 2024

Reviewed: Juli 2024

Published: Juli 2024

Plagirism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed

under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Jawa timur merupakan sebuah provinsi di mana didalam-Nya terdapat keberagaman potensi dalam sektor wisata. Maka dari itu, tidak heran jika banyak wisatawan berkunjung karena sektor wisata yang disuguhkan oleh Jawa Timur. Kota Surabaya adalah salah satu destinasi yang sering kali wisatawanminati sebab daya tariknya yang cukup beragam. Bersama dengan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, pemerintahan Kota Surabaya berusahamengendalikan persoalan di kawasan para Pedagang Kaki Lima (PKL) dengan menciptakan pusat wisata kuliner bagi pedagang kaki lima. Pembentukan sentra itu merupakan penyelesaian dari beberapa persoalan yang terkait dengan PKL, antara lain mengganggu keindahan tata kota menghambat aktivitas pejalan kaki di trotoar, kemacetan lalu lintas dan lain-lain.

Sentra Wisata Kuliner Jalan Unesa Lidah Wetan di Surabaya adalah tempat para pedagang makanan dan minuman berkumpul di tempat yang bersih dan nyaman, yang menawarkan berbagai jenis kuliner dengan harga yang murah dan lokasi yang mudah dijangkau, terutama masyarakat yang tinggal di daerah Lidah Wetan dan Sekitarnya.

Berdasarkan pemberitaan di media masa pada saat ini ada sekitar 80 UMK aktif yang beroperasi di sekitar waduk Jl.Unesa. Pemerintah Kota telah menetapkan jam dan lokasi tertentu bagi UMK ini untuk beroperasi, dengan tujuan menjaga ketertiban dan kebersihan di kawasan tersebut (Pattopoi, 2024). Sentra Wisata Kuliner Unesa ini menggunakan sistem sewa stand, dengan biaya yang bervariasi dari 15.000 sampai dengan 30.000 per hari sesuai dengan lama waktu berjualan di hari itu. Makanan dan minuman yang dijual disana sangat beragam.

Banyaknya usaha kuliner yang berada di sekitar sentra wisata di Danau Unesa membuat persaingan pada bidang usaha kuliner. Dengan sumber daya yang cukup tinggi tetapi para pelaku usaha kurang memikirkan suatu kreativitas dalam produk yang dibuatnya, jika pelaku usaha memiliki pemikiran yang kreatif maka para konsumen nantinya akan lebih tertarik dengan produk yang ditawarkan. Berdasarkan itulah peneliti ingin mencoba meneliti apakah orientasi kewirausahaan dan kreativitas produk mereka dapat diciptakan keunggulan diantara para pedagang lain. Dengan Alasan inimenarik peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kreativitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Pelaku Usaha Sentra Wisata Kuliner Jalan Unesa Lidah Wetan Surabaya".

Menurut Weerawerdeena dalam (Suryanita, 2006:11) Kewirausahaan adalah kemampuan inovatif dan kreatif yang digunakan untuk mencari peluang sukses. Tiga landasan dimensi kecenderungan organisasional, menurut literatur manajemen, adalah inovasi, kemampuan mengambil risiko, dan sifat proaktif. Menurut Covin dan Slevin, Orientasi Kewirausahaan memiliki Indikator yaitu:

1. Proaktif, Menurut Baker&Sinkula dalam (Darmanto, Wardaya, S., & Dwiyani, 2015) *proactiveness* merupakan kesempatan mencari, perspektif masa depan, yang mencerminkan cara mengantisipasi dan bertindak atas perubahan pasar di masa depan, serta cara baru untuk mengembangkan teknik dan produk.
2. Inovasi, menurut Fontana, adalah keberhasilan ekonomi yang diperoleh melalui penerapan metode baru atau kombinasi metode lama dalam produksi yang menghasilkan perubahan signifikan dalam perbandingan antara harga yang ditetapkan oleh produsen dan nilai guna yang dipersepsikan oleh konsumen atas manfaat suatu barang atau jasa.
3. Pengambilan Risiko
Adanya konsekuensi, atau dampak yang merugikan bagi pelaku usaha, tidak dianggap sebagai risiko, tetapi keuntungan yang diharapkan. Jika bisnis ingin mendapatkan hasil keuntungan yang besar, mereka harus mengambil risiko yang besar juga. Akibatnya, proses yang dilalui oleh wirausaha selalu dikaitkan dengan keberaniannya untuk mengambil risiko untuk mencapai hasil yang diinginkan (Agustina, 2019).

Menurut Menurut Conny R. Semiawan (2009:44) Kreativitas adalah modifikasi sesuatu yang sudah ada menjadi konsep baru. Dengan kata lain, terdapat dua konsep lama yang dikombinasikan menjadi sesuatu konsep baru. Menurut Antonius dalam Suryana (2014:74) indikator dari kreativitas adalah:

1. Pencipta Peluang
 - a) Antusias
 - b) Bersemangat
 - c) Berkembang
2. Penemu
 - a) Gigih
 - b) Tekun
 - c) Serius
3. Pengambil Risiko
 - a) Berani Memulai
 - b) Tidak malu-malu

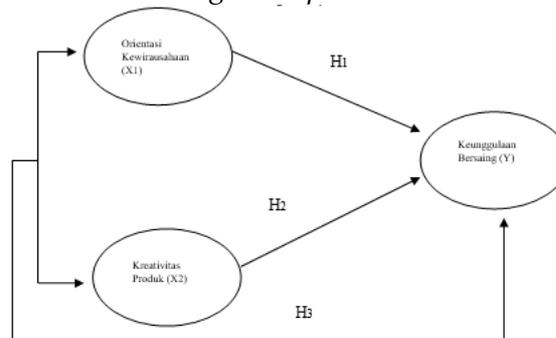
c) Tidak takut gagal maupun rugi

keunggulan bersaing (*competitive advantage*) menurut Michael Porter dalam (Aprizal, 2018) adalah kemampuan suatu Perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industry yang sama. Perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memiliki strategi pemasaran yang efektif. Indikator Keunggulan Bersaing menurut (Darmanto, Wardaya, S., & Dwiyani, 2015):

1. Keunggulan kualitas produk yang diciptakan
2. Harga jual
3. Biaya produksi
4. Kemampuan aset
5. Keahlian dan kemampuan kapasitas

Model yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari 2 variabel independen, variabel tersebut adalah Orientasi Kewirausahaan (X1) dan Kreativitas Produk (X2). Kemudian terdapat satu variabel dependen yaitu adalah Keunggulan Bersaing (Y).

Gambar 1.
Keangka Berpikir



Berdasarkan kerangka berpikir maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

- H01: Orientasi Kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMK Sentra Kuliner Jl. Unesa Lidah Wetan Surabaya.
- Ha1: Orientasi Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMK Sentra Kuliner Jl. Unesa Lidah Wetan Surabaya.
- H02: Kreativitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMK Sentra Kuliner Jl. Unesa Lidah Wetan Surabaya.
- Ha2: Kreativitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMK Sentra Kuliner Jl. Unesa Lidah Wetan Surabaya.
- H03: Orientasi Kewirausahaan dan Kreativitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMK Sentra Kuliner Jl. Unesa Lidah Wetan Surabaya
- Ha3: Orientasi Kewirausahaan dan Kreativitas produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMK Sentra Kuliner Jl. Unesa Lidah Wetan Surabaya

METODE

Dalam penelitian ini, rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap dependen. Menurut (Djollong, 2014) penelitian kuantitatif merupakan suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Populasi dalam penelitian

ini yang digunakan yaitu pelaku usaha pada Sentra Kuliner Jl. Unesa Lidah Wetan di Surabaya. Metode pengumpulan data menggunakan kuesione yaitu peneliti membuat pernyataan tertulis yang berkaitan dengan subjek atau masalah dalam penelitian, kemudian disebarkan kepada responden untuk menjawab kuesione dengan ketentuan yang berlaku. Teknik analisa data yang digunakan adalah Uji asumsi klasik, Uji Linear Berganda, Uji Koefisiensi Determinasi, dan Uji Hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas

Variabel		R-Hitung	R-Tabel	Kesimpulan
Orientasi Kewirausahaan (X1)	X1-1	0,876	0,361	Valid
	X1-2	0,828		Valid
	X1-3	0,809		Valid
Kreativitas (X2)	X2-1	0,672	0,361	Valid
	X2-2	0,683		Valid
	X2-3	0,632		Valid
	X2-4	0,699		Valid
	X2-5	0,652		Valid
	X2-6	0,650		Valid
	X2-7	0,802		Valid
	X2-8	0802		Valid
	X2-9	0,627		Valid
Keunggulan Bersaing (Y)	Y-1	0,751	0,361	Valid
	Y-2	0,608		Valid
	Y-3	0,766		Valid
	Y-4	0,712		Valid
	Y-5	0,719		Valid

Hasil dari pengujian validitas dari setiap pernyataan antara variabel Orientasi Kewirausahaan (X1), Kreativitas (X2) dan Keunggulan Bersaing (Y) dari hasil tersebut dapat dikatakan valid, karena dari semua semua nilai signifikansi lebih kecil dari 5% atau 0,05 dengan hasil nilai r hitung > r tabel dari jawaban 30 responden sebagai uji validitas yaitu lebih besar dari 0,361 sebagai nilai r tabel sehingga seluruh instrumen yang ada dapat dimasukkan pada proses pengujian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Tabel 2.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach' Alpha	Angka Pemanding	Reliabel
----------	-----------------	-----------------	----------

Orientasi Kewirausahaan	0,786	0,600	Reliabel
Kreativitas Produk	0,861	0,600	Reliabel
Keunggulan Bersaing	0,751	0,600	Reliabel

Terdapat hasil yang menyatakan bahwa hasil uji dari reliabilitas dapat menghasilkan nilai Alpha Cronbach yang lebih besar dari 0.600, yang menunjukkan bahwa uji reliabilitas dinyatakan secara reliabel, yang berarti bahwa data yang diuji berulang kali akan konsisten.

Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk menentukan apakah dua variabel atau lebih memiliki hubungan yang linier atau tidak signifikan, berikut hasil uji linearitas pada setiap variabel di penelitian ini.

Gambar.2
 Hasil Uji Linearitas X1

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1	Between Groups (Combined)	104.674	5	20.935	13.826	.000
	Linearity	98.380	1	98.380	64.976	.000
	Deviation from Linearity	6.294	4	1.573	1.039	.391
Within Groups		142.326	94	1.514		
Total		247.000	99			

Gambar di atas merupakan hasil dari uji Linearitas Orientasi Kewirausahaan (X1). Berdasarkan table diatas nilai *Deviation From Linearity* signifikansi variable Oientasi Kewirausahaan dengan Keunggulan Bersaing sebesar 0.019. Hasil tersebut menunjukkan signifikansi > 0,05 maka hubungan antar variable disebut linier yang artinya pengaruh variable Orientasi Kewirausahaan (X1) dengan variable Keunggulan Bersaing (Y) bersifat Linier.

Gambar 3.
 Hasil Uji Linearitas (X2)

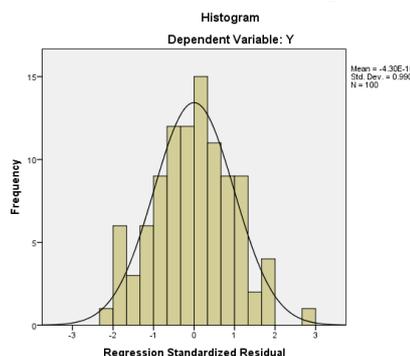
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	Between Groups (Combined)	143.428	10	14.343	12.325	.000
	Linearity	137.865	1	137.865	118.468	.000
	Deviation from Linearity	5.562	9	.618	.531	.848
Within Groups		103.572	89	1.164		
Total		247.000	99			

Gambar di atas merupakan hasil dari uji Linearitas Kreativitas Produk (X2). Berdasarkan table diatas nilai *Deviation From Linearity* signifikansi variable Kreativitas Produk dengan Keunggulan Bersaing sebesar 0.913. Hasil tersebut menunjukkan signifikansi > 0,05 maka hubungan antar variable disebut linier yang artinya pengaruh variable *Kreativitas Produk* (X2) dengan variable Keunggulan Bersaing (Y) bersifat Linier.

Uji Normalitas

1. Uji Normalitas Histogram

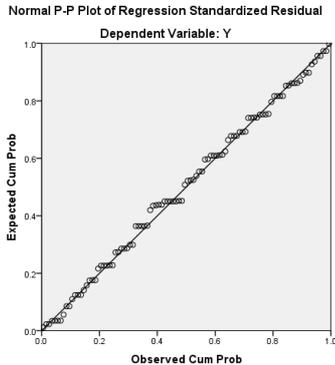
Gambar 4.
 Hasil Uji Normalitas Histogram



Gambar tersebut menunjukkan pola distribusi yang mengikuti garis Histogram dan juga garis tersebut membentuk curva menggunung. Sehingga dapat dikatakan bahwa pola tersebut berdistribusi normal dan regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Normalitas Probability Plot

Gambar 5.
 Hasil Uji Normalitas Probability Plot



Melalui gambar terlampir dapat dilihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi memenuhi asumsi normalitas.

3. Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov

Gambar 6.
 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.96336411
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.039
	Negative	-.054
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan gambar di atas, diketahui nilai signifikansi sebesar $0,231 > 0,05$ sehingga dapat diartikan penelitian ini memiliki data yang berdistribusi dengan normal.

Uji Multikolinieritas

Gambar 7.
 Hasil Uji Multikolinieritas

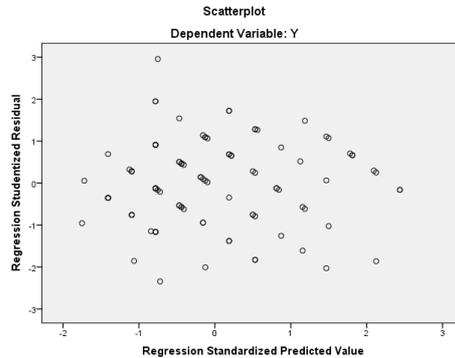
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.086	1.682		.645	.520		
	X1	.429	.101	.316	4.268	.000	.699	1.432
	X2	.392	.051	.573	7.740	.000	.699	1.432

a. Dependent Variable: Y

Pada uji multikolinieritas didapatkan nilai *tolerance* 0,699 dan 0,699 sehingga tidak ada nilai yang dibawah 0.1. Nilai VIF *Variance Inflation Factor* yang didapatkan 1.432 dan 1.432 yang mana nilai tersebut kurang dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas pada penelitian ini.

Uji Heterokedastisitas

Gambar 8.
 Hasil Uji Heterokedastisitas



8 hasil uji heteroskedastisitas bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, dan titik-titik tersebut menyebar. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas dalam model regresi.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 3.
 Model Regresi Berganda

Model	B
(Constant)	1.086
Orientasi Kewirausahaan	0,429
Kreativitas Produk	0,392

Kesimpulan hasil pengujian diatas yaitu sebagai berikut :

- A. Nilai a sebesar 1.086 merupakan konstanta yang jika nilai variabel Orientasi Kewirausahaan dan Kreativitas Produk dianggap nol, maka Keunggulan Bersaing akan meningkat sebesar 1.086.
- B. b1 (Koefisien regresi X1) sebesar 0,429. Membuktikan bahwa variabel Orientasi Kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap Keunggulan Bersaing yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Orientasi Kewirausahaan maka akan meningkatkan Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,429, dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.
- C. b2 (Koefisien regresi X2) sebesar 0,392. Membuktikan bahwa variabel Kreativitas Produk memiliki pengaruh yang positif terhadap Keunggulan Bersaing yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel maka akan meningkatkan Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,329, dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.

Uji Hipotesis

Tabel 4.
 Hasil Uji Hipotesis

variabel	Uji t		Uji F		Uji R ²
	T	Sig	F	Sig	R Square
Orientasi Kewirausahaan (X1)	4.268	0,000	81.883	0,000	0,628
Kreativitas Produk (X2)	7.740				

Hasil uji t (parsial), maka dasar keputusan untuk t tabel adalah sebagai berikut:

$$t \text{ tabel} = t (\alpha/2 ; n - k - 1)$$

Maka :

$$\begin{aligned} &= 0,05 / 2 ; 100 - 2 - 1 \\ &= 0,025 ; 97 \\ &= 1,984 \end{aligned}$$

Penelitian ini menggunakan nilai signifikansi (α) sebesar 5% (0,05) dengan nilai t tabel diketahui sebesar 1,984. Adapun hasil dari pengujian Uji t (Parsial), adalah sebagai berikut :

1. Hipotesis Pertama

H_0 = Orientasi Kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing Jasa pada Cleanwear Indonesia di Surabaya

H_a = Orientasi Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK Jl. Unesa Lidah Wetan, Surabaya.

Diperoleh t hitung sebesar 4.268, dimana t hitung $>$ t tabel yaitu ($4.268 > 1,984$) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Orientasi Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK Jl. Unesa Lidah Wetan, Surabaya.

2. Hipotesis Kedua

H_0 = Kreativitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK Jl. Unesa Lidah Wetan, Surabaya.

H_a = Kreativitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK Jl. Unesa Lidah Wetan, Surabaya.

Diperoleh t hitung sebesar 7.740, dimana t hitung $>$ t tabel yaitu ($7.740 > 1,984$) dengan tingkat signifikan $0,017 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Kreativitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK Jl. Unesa Lidah Wetan, Surabaya.

hasil uji F (simultan) maka dapat dijelaskan sebagai keputusan untuk menentukan nilai F tabel yaitu sebagai berikut :

$$F \text{ tabel} = F(k ; n - k)$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

k = Jumlah Variabel Independen

Maka :

$$= 2 ; 100 - 2$$

$$= 2 ; 98$$

$$= 3,09$$

Jadi F tabel diketahui sebesar 3,09. Hasil Pengujian hipotesis dapat dinyatakan sebagai berikut :

Hipotesis

H_0 = Orientasi Kewirausahaan dan Kreativitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK Jl. Unesa Lidah Wetan, Surabaya.

H_a = Orientasi Kewirausahaan dan Kreativitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK Jl. Unesa Lidah Wetan, Surabaya.

Berdasarkan tabel 4.19 tersebut dapat diketahui bahwa F hitung sebesar 81.883 sedangkan F tabel sebesar 3,09. Maka dapat disimpulkan bahwa F hitung $81.883 >$ F tabel 3,09 dan nilai signifikansi 0,000. Sehingga pada penelitian ini terdapat pengaruh secara simultan atau bersama-sama variabel Orientasi Kewirausahaan dan Kreativitas Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di UMK Sentra Kuline Jl. Unesa Lidah Wetan Surabaya.

hasil R^2 (R Square) sebesar 0,628, atau 62,8 %. Ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel Orientasi Kewirausahaan dan Kreativitas Produk sebesar 62,8% terhadap Keunggulan Bersaing di UMK Sentra Kuliner Jl. Unesa Lidah Wetan Surabaya. Yang artinya dapat dikatakan, variabel ini mempengaruhi Keunggulan Bersaing sebesar 6,28 persen, dan variabel independen lain yang tidak diteliti sebesar $100\% - 62,8\% = 37,2\%$. seperti harga dan citra merk.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis pada variable independen yaitu Orientasi Kewirausahaan menunjukkan hasil yang signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di UMK Senta Kuliner Jl. Unesa Lidah Wetan Surabaya. Hal ini menggambarkan bahwa Orientasi Kewirausahaan bisa memberikan keuntungan bagi perusahaan dan juga memengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian di UMK Sentra Kuliner Jl. Unesa Lidah Wetan Surabaya

Disamping itu, variable Kreativitas Produk juga memiliki hasil yang signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di UMK Senta Kuliner Jl. Unesa Lidah Wetan Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin pelaku usaha meningkatkan kreativitas produknya maka semakin unggul dalam persaingan. Pada penelitian ini terbukti bahwa Kreativitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil analisis keterkaitan antara variable Orientasi Kewirausahaan dan Keativitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing di UMK Senta Kuliner Jl. Unesa Lidah Wetan Surabaya, menunjukkan hubungan sangat kuat. Hal ini di dukung dengan mayoritas pelaku usaha yang selalu berkomitmen untuk mampu beradaptasi dengan berbagai situasi dan tidak berputus asa dalam menghadapi sesuatu sehingga selalu mencari solusi yang tepat untuk untuk masalah yang sedang di hadapi.

SARAN

Setelah penulis melakukan penelitian, maka penulis memberikan rekomendasi kepada pihak yang berkepentingan, yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian terkait variable Orientasi Kewirausahaan, Kreativitas Produk, yang berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing, saran yang dapat di berikan kepada Pelaku usaha UMK Jl. Unesa Lidah Wetan Surabaya yaitu dengan lebih memperbanyak variasi produk seperti menambahkan berbagai jenis merek produk, variasi ukuran dan kualitas yang dapat dipilih sendiri oleh customer, serta lebih kreatif dalam menjual produk mereka seperti memberikan packaging yang bagus dan menarik agar dapat meenaikkan kinerja usaha UMK Jl. Unesa Lidah Wetan Surabaya. Serta pemilihan Lokasi yang strategis dan banyak dilalui pengunjung harusnyaa menjadi sasaran utama saat emilih lokasi usaha. Dalam penelitia ini variabel X2 (Kreativitas Produk) sangat berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing (Y) yang mana UMK seharusnya lebih berkreasi menciptakan produk makanan dengan ide-ide baru.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Variabel lain yang belum dibahas dalam penelitian dapat digunakan sebagai bahan penelitian untuk peneliti selanjutnya. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat mencoba menganalisis dan meneliti pada proyek yang berbeda. Diharapkan bahwa penelitian mengenai Orientasi Kewirausahaan, dan Kreativitas produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Kinerja Usaha UMK Kuliner akan terus berkembang dan memberikan wawasan kepada masyarakat tentang ilmu pemasaran dan berwirausaha. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu dibidang pemasaran khususnya mengenai Orientasi Kewirausahaan, Kreativitas Produk, dan Keunggulan Bersaing serta menjadi referensi untuk penulis selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, T. S. (2019). *Kewirausahaan di Era Revolusi Industri 4.0*. Mitra Wacana Media.
- Aprizal. (2018). *Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Penjualan Komputer)*. Celebes Media Perkasa.
- Darmanto, Wardaya, S., & Dwiyani, T. (2015). *Bauran Orientasi Strategi dan Kinerja Organisasi Penerapan Variabel Anteseden, Moderasi dan Mediasi Dalam Penelitian Ilmiah*. Deepublish.
- Djollong, A. F. (2014). Teknik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif (Technique of Quantiative Research). *Istiqra'*, 2(1), 86–100.
- Pattopoi, B. (2024). *Pemkot Surabaya Tertibkan Jam Berjualan Para PKL di Depan Danau Unesa*. SuaraSurabaya.Net. <https://www.suarasurabaya.net/kelanakota/2024/pemkot-surabaya-tertibkan-jam-berjualan-para-pkl-di-depan-danau-unesa/?amp>
- Suryanita, A. (2006). *Analisis pengaruh orientasi kewirausahaan dan kompetensi pengetahuan terhadap kapabilitas untuk meningkatkan kinerja pemasaran*.

