

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pandangan mengenai ruang lingkup dunia terus berkembang termasuk dalam pandangan mengenai perkembangan ekonomi, kondisi ini didukung dengan semakin cepatnya teknologi informasi yang sangat mempengaruhi perkembangan ekonomi di Indonesia salah satunya dalam bidang usaha makanan. Perkembangan usaha khususnya dalam bidang makanan kini semakin banyak di Indonesia, terbukti dengan banyaknya jumlah UMKM yang berdiri hampir disetiap daerah sehingga menimbulkan keunggulan bersaing.

Salah satu tantangan yang dihadapi UMKM adalah menciptakan produk yang berinovasi. Perusahaan harus melakukan inovasi dengan menyediakan produk yang berkualitas agar tetap unggul dalam bersaing. Persaingan dalam usaha yang semakin besar akan menyebabkan UMKM harus memiliki strategi pemasaran secara optimal agar mampu mengembangkan usahanya. Wirausaha dalam membangun usaha yang optimal harus diiringi dengan perencanaan yang matang untuk menjadi landasan penting dalam menentukan strategi pemasaran dalam mengelola UMKM. Di samping itu, agar strategi pemasaran berhasil maka pelaku UMKM harus membangun usaha melebihi pesaingnya agar tetap unggul.

Banyak pelaku UMKM Indonesia dengan berbagai macam jenis usaha serta memiliki inovasi dan kualitas produk yang berbeda-beda sehingga dapat menimbulkan sebuah persaingan. Sebagian besar UMKM berdiri sebagai usaha rumahan dan tenaga kerja diambil dari sekitar lingkungan masyarakat.

Keterlibatan tenaga kerja akan UMKM yang mana kuantitasnya mengalami peningkatan, maka akan mengurangi kuantitas pengangguran pada Indonesia. Berikut data pertumbuhan UMKM di Indonesia tahun 2020 sampai dengan 2023 dapat dilihat dibawah ini :

**Gambar 1.1**

**Jumlah UMKM di Indonesia**



*Sumber : Kementerian Koperasi dan UMKM, 2023*

Gambar tersebut memperlihatkan akan jumlah perkembangan UMKM pada Indonesia setiap tahunnya mengalami kenaikan. Jumlah UMKM pada tahun 2020 yaitu 64.000.000 unit, naik menjadi 64.200.000 unit pada tahun 2021, kemudian tahun 2022 naik lagi menjadi 65.000.000 unit dan tahun 2023 naik menjadi 65.300.000 unit. UMKM memiliki peranan penting untuk pertumbuhan ekonomi di Indonesia karena masyarakat dapat mengembangkan usahanya.

Menurut Yulianingsih et al., (2023) keunggulan bersaing ialah pusat dari performa pemasaran melangsungkan penghadapan akan pesaing lainnya, hal tersebut dapat dilakukan dengan strategi yang dapat menjadikan lebih unggul

daripada pesaing lainnya. Fatmawati, (2016) mengeksplanasikan terkait keunggulan bersaing terbentuk melalui strategi perusahaan yang mana saling berkerjasama guna mewujudkan keunggulan bersaing agar lebih efisien pada pasar. Keunggulan bersaing mampu diukur melalui tidak mudah ditiru, harga yang mana bersaing, serta kekhususan atau keunikan akan produk. Keunikan atau kekhususan produk merupakan barang yang dipadukan dengan selera pelanggan dan nilai seni, sedangkan tidak mudah ditiru merupakan keberadaan yang tidak mudah dijumpai pesaing lainnya sehingga akan menimbulkan persaingan, kemudian harga bersaing merupakan kemahiran sebuah perusahaan pada penyesuaian harga produknya akan harga pasaran (A., Dahmiri, dan Indrawijaya, 2021).

Salah satu aspek yang mana memberikan dampak akan keunggulan bersaing yakni orientasi kewirausahaan. Sumber daya saing yang mana peniruan akan sumber daya terkait tidak mudah dilakukan dengan orientasi kewirausahaan (Hwang et al., 2020). Konteks kewirausahaan menjadikan hal yang penting guna membangun perusahaan yang mana berorientasi akan kewirausahaan dan mampu melangsungkan pemanfaatan akan sumber daya supaya keberlanjutan perusahaan mampu terjaga (Febrian & Maulina, 2018).

Faktor lain yang mempengaruhi keunggulan bersaing yaitu strategi diferensiasi. Menurut Fatahillah, (2023) strategi pembeda yang mana unik pada sebuah perusahaan salah satunya melalui strategi diferensiasi. Firmansyah et al., (2019) menjelaskan bahwa strategi diferensiasi mampu mempertahankan loyalitas konsumen, konsumen memperoleh nilai yang mana lebih

diperbandingkan akan produk lain, produk yang mana inovatif dalam pemenuhan akan kebutuhan pelanggan mampu menjadikan perusahaan yang mana berbeda akan kompetitor lainnya.

Faktor lain yang berdampak akan keunggulan bersaing yakni inovasi produk. Kurniasari & Utama, (2018) menjelaskan bahwa inovasi sebagai objek, praktik atau ide baru yang diciptakan oleh individu. Inovasi produk ialah suatu hal yang terlihat dari keberhasilan akan fungsi produk yang mana mampu menjadikan produk tersebut lebih unggul diperbandingkan akan produk lain (Pattipeilohy, 2018). Bisnis yang berkembang ialah bisnis yang mana memiliki produk baru yang lebih baik, memenuhi kebutuhan konsumen, dan mampu menyesuaikan dengan perkembangan ekonomi (Caska & Indrawati, 2019).

Kendal merupakan kota pesisir yang memiliki panjang pantai sepanjang 41 km. Kendal juga terdapat banyak lahan tambak untuk budidaya ikan, diantaranya udang dan berbagai ikan laut seperti ikan bandeng yang menjadi ikon Kendal. Berbagai hasil tangkapan laut dan perikanan darat merupakan potensi unggulan daerah Kendal, Kendal memiliki beberapa sentra produk unggulan seperti produk batik tulis, tas, kerupuk rambak, kerupuk petis udang, dan olahan ikan bandeng. Salah satu produk UMKM yang menjadi khas Kendal adalah UMKM Bandeng.

Berikut ini merupakan daftar UMKM Bandeng yang berada pada Kabupaten Kendal :

**Tabel 1.1**  
**Jumlah UMKM Bandeng di Kabupaten Kendal Tahun 2023**

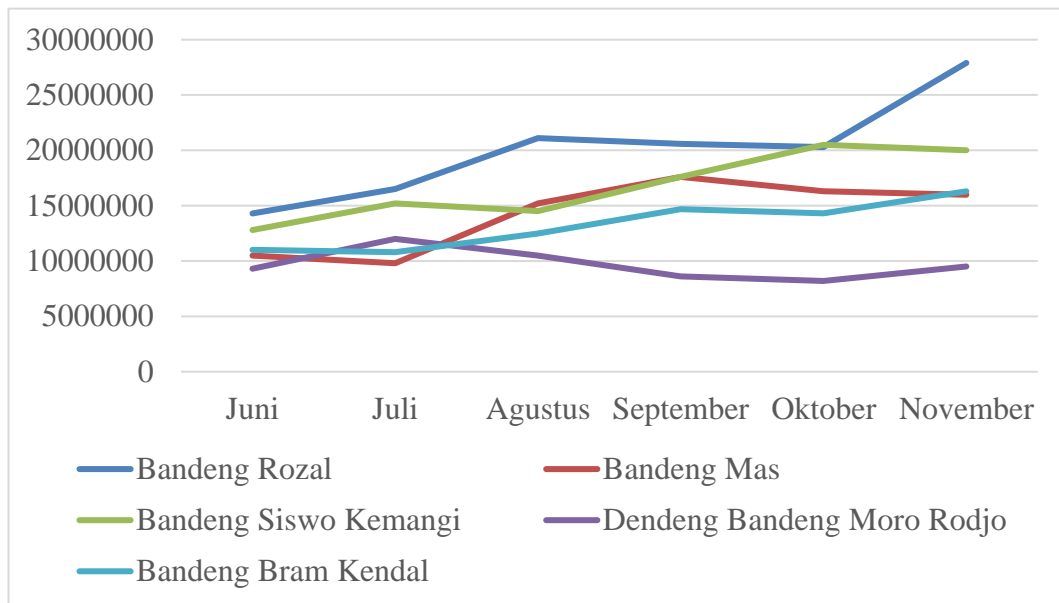
<b>Kecamatan</b>	<b>Jumlah UMKM Bandeng</b>
Kaliwungu	13
Kendal	14
Patebon	1
Pegandon	1
Rowosari	1
Tambahsari	1
Gemuh	1
Weleri	1
Kangkung	3
<b>Total</b>	<b>36</b>

*Sumber : Dinas Perdagangan, Koperasi, dan UKM Kabupaten Kendal, 2023*

Berdasarkan dari hasil observasi ditemukan bahwa terdapat beberapa UMKM Bandeng di Kabupaten Kendal yang terlihat lebih unggul serta memiliki banyak pelanggan, seperti UMKM Bandeng Rozal, UMKM Bandeng Mas, UMKM Bandeng Siswo Kemangi, Dendeng Bandeng Moro Rodjo, dan Bandeng Bram Kendal. Pada dasarnya setiap usaha dalam menghadapi persaingan perlu meningkatkan daya saing produknya, daya saing yang baik tidak akan meninggalkan kualitas produk dan memberikan yang mana lebih baik dibandingkan pesaing sehingga akan tetap unggul dipasaran. UMKM dalam

menjalankan usahanya pasti mengalami naik dan turunnya suatu omset, hal terkait mampu dilihat melalui grafik pendapatan yakni :

**Gambar 1.2**  
**Grafik Pendapatan UMKM Bandeng di Kabupaten Kendal**



*Sumber : Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Bandeng di kabupaten Kendal, 2023*

Data diatas menunjukkan jumlah pendapatan pada beberapa UMKM Bandeng di Kabupaten Kendal dari bulan Juni sampai November 2023 mengalami naik turunnya suatu omset. Berdasarkan pendapatan dari masing-masing UMKM terlihat adanya persaingan yang sangat ketat untuk menduduki posisi yang paling unggul. Bandeng Rozal menduduki posisi paling unggul daripada UMKM Bandeng lainnya, pada bulan November mendapatkan pendapatan Rp. 27.900.000 berbeda dengan Dendeng Bandeng Moro Rodjo pada bulan November hanya mendapatkan pendapatan Rp. 9.500.000. Varian produk unggulan dari Bandeng Rozal dan Bandeng Mas yaitu bandeng prestonya, Bandeng Siswo

Kemangi varian produk unggulnya yaitu bandeng asap cabut durinya, kemudian varian produk unggulan dari Bandeng Bram yaitu otak-otak bandengnya, dan varian produk unggulan dari Dendeng Bandeng Moro Rodjo yaitu dendeng bandengnya.

Dalam penelitian sebelumnya, pembahasan mengenai faktor yang memiliki dampak akan keunggulan bersaing yaitu orientasi kewirausahaan, strategi diferensiasi, dan inovasi produk telah banyak dilakukan. Namun ada perbedaan hasil dari riset terdahulu. Penelitian menurut Fitri Annisa, dkk (2023) yang berjudul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Bidang Kuliner di Kecamatan Koja” memperoleh hasil orientasi kewirausahaan berdampak signifikan serta positif akan keunggulan bersaing. Namun tidak selaras dengan riset yang mana dilangsungkan oleh Efriadi et al., (2023) yang berjudul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Kinerja Usaha Dimediasi Keunggulan Bersaing Pada BUMDES Di Kabupaten Kerinci” memperoleh hasil orientasi kewirausahaan tidak berdampak signifikan serta positif akan keunggulan bersaing.

Riset yang mana dilangsungkan Afiyati et al., (2019) yang memiliki judul “Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengaruh Strategi Diferensiasi dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Kabupaten Purbalingga” memperoleh hasil bahwa strategi diferensiasi berdampak signifikan serta positif akan keunggulan bersaing. Namun tidak selaras akan riset yang dilangsungkan oleh Yucha & Cahyani, (2022) yang berjudul “Strategi Diferensiasi, Orientasi Pasar dan Persepsi Harga Terhadap Keunggulan Bersaing

Marketplace ShopeeFood” memperoleh hasil strategi diferensiasi tidak berdampak signifikan serta tidak positif akan keunggulan bersaing.

Menurut riset yang mana dilangsungkan Soleha & Indrawati, (2022) yang memiliki judul “Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Makanan Olahan Sagu Di Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Kepulauan Meranti” memperoleh hasil riset bahwa inovasi produk berdampak signifikan serta positif akan keunggulan bersaing. Namun tidak selaras akan riset yang dilangsungkan Rahmadi et al., (2020) dengan judul “Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Di Jalanan Kota Kediri.” memperoleh keluaran inovasi berpengaruh negatif terhadap keunggulan bersaing.

Berlandaskan latar belakang permasalahan yang mana dieksplanasikan di atas, maka muncul ketertarikan akan peneliti guna melangsungkan riset yang mana judulnya **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Strategi Diferensiasi, dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Bandeng Kabupaten Kendal.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berlandaskan latar belakang yang mana telah dieksplanasikan, maka mampu dilangsungkan penyusunan akan riset ini, yakni:

1. Bagaimana pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Bandeng Kabupaten Kendal?
2. Bagaimana pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Bandeng Kabupaten Kendal?



3. Bagaimana pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Bandeng Kabupaten Kendal?
4. Bagaimana pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Strategi Diferensiasi, dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Bandeng Kabupaten Kendal secara simultan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Umum**

Guna mencari tahu akan pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Strategi Diferensiasi, dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Bandeng Kabupaten Kendal.

#### **1.3.2 Tujuan Khusus**

Berlandaskan perumusan masalah, maka riset ini memiliki tujuan yakni :

1. Guna menganalisis serta mendiskripsikan pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Bandeng Kabupaten Kendal.
2. Guna menganalisis serta mendiskripsikan pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Bandeng Kabupaten Kendal.
3. Guna menganalisis serta mendiskripsikan pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Bandeng Kabupaten Kendal.
4. Guna menganalisis serta mendiskripsikan pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Strategi Diferensiasi, dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Bandeng Kabupaten Kendal.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Kegunaan hasil penelitian yakni:

1. Bagi UMKM Bandeng di Kabupaten Kendal, keluaran riset ini mampu memberikan informasi yang mana berguna akan manajemen untuk meningkatkan Orientasi Kewirausahaan, Strategi Diferensiasi, dan Inovasi Produk UMKM Bandeng Kabupaten Kendal.
2. Bagi Akademisi, bahan referensi akan riset yang berikutnya terkait hal yang mana memiliki kaitan akan Orientasi Kewirausahaan, Strategi Diferensiasi, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing.
3. Bagi peneliti, guna pengembangan dan pelatihan akan kemahiran pada aspek riset, penambahan pengetahuan dan wawasan terkait pengaruh atau dampak Orientasi Kewirausahaan, Strategi Diferensiasi, dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing.

#### **1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian**

Penulis mengambil objek riset UMKM Bandeng Kabupaten Kendal. Ruang lingkup riset ini hanya di variabel-variabel yang mana memiliki kaitan akan manajemen pemasaran pada UMKM Bandeng Kabupaten Kendal yang mana memiliki kaitan akan orientasi kewirausahaan, strategi diferensiasi, dan inovasi produk secara langsung mempengaruhi keunggulan bersaing sehingga menjadikan UMKM Bandeng Kabupaten Kendal yang lebih inovatif dari pesaing lainnya.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Gambaran yang jelas terkait riset yang dilangsungkan maka dirancanglah sebuah sistematika penulisan yang mana isinya berbagai informasi terkait materi serta hal-hal yang telah dilakukan pembahasan pada setiap bab. Sistematika penulisan tersebut ialah :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab pembahasan mengenai permasalahan persaingan beberapa UMKM Bandeng Kabupaten Kendal yang muncul untuk dipergunakan guna dasar melakukan riset. Rumusan masalah ialah pertanyaan yang mana atas problematika yang timbul pada latar belakang serta diperlukannya jawaban dari adanya pengumpulan akan data. Kegunaan serta tujuan akan riset ialah hasil rumusan masalah yang yang berisi latar belakang masalah. Manfaat penelitian ialah harapan penelitian terkait yang diperoleh pada riset akan bermanfaat baik secara praktis maupun akademik. Ruang lingkup dan batasan penelitian menjelaskan tentang sejauh mana sebuah penelitian akan diteliti. Sistematika penulisan adalah kerangka penyusunan skripsi dari bab awal hingga bab terakhir.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab pembahasan teori mengenai pengertian orientasi kewirausahaan yaitu sikap wirausahawan secara kreatif pada proses percobaan akan gagasan baru untuk lebih unggul dari pesaing lainnya. Strategi diferensiasi yaitu perusahaan harus memiliki strategi pemasaran agar memiliki ciri pembeda utama dengan pesaing lainnya. Inovasi produk yaitu menciptakan produk baru serta mempertahankan produk agar selalu diminati konsumen. Kemudian keunggulan bersaing yaitu

memposisikan produk dengan memiliki ciri pembeda sehingga lebih unggul dari pesaing lainnya. Hipotesis melangsungkan gambaran akan jawaban yang mana sifatnya sementara akan masalah atau problematika yang mana dilangsungkan riset. Serta penelitian sebelumnya guna referensi riset yang akan dilangsungkan.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab pembahasan definisi operasional yang dipergunakan pada riset. Sumber dan jenis data yang mana dipergunakan guna variabel riset. Penetapan kuantitas sampel serta kuantitas populasi yang akan diambil. Kemudian metode pengumpulan data yang dipergunakan dari kuesioner, wawancara, dan observasi, adapun langkah-langkah akan analisis data ialah uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini mengeksplanasikan terkait hasil yang rinci mengenai pengolahan data pada analisis sistematik serta deskriptif. Analisis deskriptif memberikan hasil terkait nilai dari variabel yang mana yang memiliki dampak satu sama lain. Analisis dengan adanya pembuktian berupa data statistik sehingga hasil menjadi lebih akurat.

### **BAB V KESIMPULAN**

Bab ini mengeksplanasikan evaluasi serta intisari guna perusahaan mendapatkan referensi perbaikan yang mengandung saran dan kesimpulan.