

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Setiap perusahaan harus mampu membaca kondisi pasar, memahami apa yang dibutuhkan konsumen, serta menyesuaikan diri terhadap berbagai perubahan agar tetap bisa bersaing dengan kompetitor. Perubahan yang dimaksud meliputi cara perusahaan dalam memenuhi permintaan konsumen secara kreatif, menghadapi persaingan dengan perusahaan lain, serta beradaptasi dengan dinamika pasar. Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, memiliki keunggulan kompetitif menjadi hal yang sangat penting, karena tanpa itu perusahaan akan sulit bertahan dalam jangka panjang.

Kemunculan persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak bisa dihindari. Setiap perusahaan akan selalu berhadapan dengan berbagai peluang sekaligus tantangan, baik yang bersumber dari lingkungan internal maupun eksternal. Oleh sebab itu, perusahaan dituntut untuk memahami perkembangan pasar, mengenali kebutuhan konsumen, serta peka terhadap perubahan yang terjadi di lingkungannya. Upaya ini penting dilakukan agar perusahaan mampu bersaing dengan efektif. Setiap pelaku usaha perlu mengoptimalkan kelebihan yang

dimiliki sekaligus meminimalkan kelemahannya. Dengan begitu, perusahaan dapat menentukan serta menjalankan strategi yang tepat guna meraih keberhasilan dalam persaingan.

Di Indonesia, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) turut merasakan dampak dari persaingan bisnis yang semakin ketat. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), sektor ini menyerap lebih dari 97% tenaga kerja serta memberikan kontribusi hampir 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Tidak hanya itu, UMKM juga berperan penting sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi, sarana pemberdayaan masyarakat, sekaligus wadah untuk menciptakan pemerataan kesejahteraan di Indonesia.

Menurut Jaworski dalam (Haji, 2017) orientasi kewirausahaan menggambarkan sikap serta nilai dasar yang dimiliki pelaku usaha, seperti semangat, keberanian mengambil risiko, keterampilan, dan komitmen. Inti dari orientasi ini terletak pada dorongan untuk melahirkan pembaruan dalam bisnis sebagai bentuk penyegaran dari konsep yang telah ada sebelumnya. Hal tersebut biasanya muncul ketika seorang wirausahawan mulai menghasilkan produk baru untuk diperkenalkan ke pasar.

Inovasi dapat dijadikan salah satu strategi untuk meningkatkan kinerja pemasaran, selain dari aspek kewirausahaan. Karena tujuan utama inovasi adalah memenuhi kebutuhan serta permintaan konsumen, maka produk inovatif bisa dimanfaatkan sebagai sarana untuk menarik perhatian pasar. Inovasi produk sendiri merupakan upaya menciptakan produk baru yang dirancang guna menyesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Kehadiran produk yang inovatif dapat menumbuhkan minat konsumen sehingga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Keegan dan Gren menjelaskan bahwa inovasi merupakan proses pemanfaatan sumber daya dengan kemampuan baru untuk menciptakan nilai tambah. Sementara itu, Urbancova dalam Nizam, Mufidah, & Fibriyani (2020) menekankan bahwa keunggulan kompetitif yang menentukan kinerja keuangan organisasi sangat dipengaruhi oleh inovasi yang berhasil dikembangkan.

Selain inovasi dan orientasi kewirausahaan untuk meningkatkan kinerja pemasaran, perusahaan diharuskan memiliki keunggulan bersaing. Menurut Hasan dalam (Nizam et al., 2020) dengan memiliki keunggulan bersaing suatu usaha akan mampu bertahan sehingga dalam pengukuran keberhasilannya, daya saing usaha yang ada mendukung kinerja usaha termasuk kinerja pemasaran dari suatu usaha. Keunggulan bersaing dapat dicapai apabila setiap usaha mampu memberikan nilai

yang lebih pada kepada pelanggan dari apa yang diberikan oleh pesaingnya. Keunggulan bersaing dapat berasal dari berbagai aktivitas setiap usaha seperti memproduksi, memasarkan, menyerahkan, dan mendukung produknya.

**Tabel 1. 1**

Data UMKM usaha Keripik dan sejenisnya yang terdaftar di Jackpreneur

| No    | Kelurahan    | Jumlah |
|-------|--------------|--------|
| 1     | Cilincing    | 6      |
| 2     | Kalibaru     | 3      |
| 3     | Marunda      | 6      |
| 4     | Rorotan      | 10     |
| 5     | Semper Barat | 6      |
| 6     | Semper Timur | 2      |
| 7     | Sukapura     | 3      |
| Total |              | 36     |

Sumber: Kepala Satuan Pelaksana Perindustrian Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (PPUKM) Kecamatan Cilincing

Berdasarkan data pada tabel 1.1 yang diperoleh dari Kepala Dinas Pelaksana Usaha Kecil dan Menengah (PPUKM) Kecamatan Cilincing, tercatat adanya sejumlah UMKM di wilayah tersebut. Pada tahun ini, terdapat 36 usaha keripik dan sejenisnya yang sudah terdaftar dalam program Jakarta Entrepreneur (Jakpreneur). Fakta ini menunjukkan bahwa UMKM di Kecamatan Cilincing masih memiliki peluang untuk mengembangkan kinerja pemasarannya.

Jakpreneur merupakan wadah yang dibentuk untuk membantu, mengembangkan, serta mendorong kerja sama dalam pertumbuhan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Program ini berjalan dengan dukungan ekosistem kewirausahaan yang melibatkan berbagai pihak, seperti startup, institusi pendidikan, dan lembaga pembiayaan. Inisiatif tersebut digagas oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. (<https://jakpreneur.jakarta.go.id/index>)

Lamanya berdiri serta tingkat keuntungan usaha keripik dan produk sejenis yang terdaftar di Jackpreneur menunjukkan variasi yang cukup beragam. Di wilayah Cilincing, usaha keripik dan produk sejenis terbukti mampu memberikan keuntungan yang cukup signifikan. Keberhasilan usaha tersebut dapat dilihat dari usia bisnis dan profit yang diperoleh. Akan tetapi, meningkatnya jumlah pesaing kerap menjadi tantangan bagi pelaku usaha yang sudah berjalan. Hal ini terjadi karena adanya pendatang baru yang menghadirkan ide maupun konsep kreatif untuk menarik konsumen. Jika usaha baru berfokus pada upaya membangun posisi serta menguasai pasar, maka usaha yang telah mapan dituntut untuk mempertahankan pangsa pasarnya di tengah persaingan. Atas dasar itu, peneliti melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Kecamatan Cilincing (Studi kasus Keripik dan sejenisnya yang terdaftar di Jackpreneur Kecamatan Cilincing)”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Terdapat persaingan dalam melakukan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran pada usaha keripik dan sejenisnya.
2. Seiring dengan semakin gigihnya pelaku pasar untuk meraih pangsa pasar, keripik dan sejenisnya harus menerapkan strategi produk yang kreatif.
3. Keripik dan sejenisnya mengalami perubahan akibat persaingan yang ketat.

## **C. Batasan Masalah**

Agar kajian ini tepat pada sasaran dan tidak terlalu luas maka peneliti membatasi masalah pada pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran UMKM di Kecamatan Cilincing (studi kasus keripik dan sejenisnya yang terdaftar di Jackreneur Kecamatan Cilincing) pada tahun 2024.

## **D. Perumusan Masalah**

Dengan mengacu pada uraian latar belakang di atas, masalah yang akan dibahas dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Orientasi Kewirausahaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Kecamatan Cilincing?
2. Bagaimana Inovasi Produk memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Kecamatan Cilincing?
3. Bagaimana Keunggulan Bersaing memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Kecamatan Cilincing?
4. Bagaimana Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Kecamatan Cilincing?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dituliskan oleh peneliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah Orientasi Kewirausahaan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Kecamatan Cilincing.
2. Untuk mengetahui apakah Inovasi Produk terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Kecamatan Cilincing.

3. Untuk mengetahui apakah Keunggulan Bersaing terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Kecamatan Cilincing.
4. Untuk mengetahui apakah Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Kecamatan Cilincing.

#### **F. Manfaat/Signifikan Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan penulis kesempatan untuk menerapkan ide-ide yang telah dipelajarinya dan mengeksplorasi bagaimana keunggulan bersaing, inovasi produk, dan orientasi kewirausahaan memengaruhi kinerja pemasaran.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Dengan mengacu pada penekanan pada kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing, penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan ekonomi secara langsung.

## G. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Temuan penelitian sebelumnya menjadi dasar untuk melakukan penelitian baru. Hal ini bertujuan agar teori yang digunakan dalam studi baru dapat diperluas dan dipahami lebih baik melalui penelitian sebelumnya. Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini ditemukan oleh para peneliti. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya. Penelitian sebelumnya ini meliputi:

**Tabel 1. 2**  
Penelitian Terdahulu

| No | Peneliti                              | Judul                                                                                                                                   | Hasil                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Persamaan dan Perbedaan                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Fikhriyah<br>Husna<br>Rambe<br>(2021) | Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran usaha dodol di Kota Padangsidempuan | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Secara individu, orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja pemasaran usaha dodol di Kota Padangsidempuan.</li> <li>2. Secara individu, inovasi produk memiliki pengaruh terhadap kinerja pemasaran pada usaha dodol di Kota Padangsidempuan.</li> <li>3. Secara parsial, keunggulan bersaing memiliki pengaruh</li> </ol> | <b>Persamaan:</b><br>Kedua penelitian sama-sama menggunakan variabel independen, yaitu Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing, serta variabel dependen Kinerja Pemasaran. Selain itu, keduanya juga menggunakan pendekatan serupa dalam menentukan populasi dan teknik |

| No | Peneliti                    | Judul                                                                                                  | Hasil                                                                                                                                                                                                                                     | Persamaan dan Perbedaan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                             |                                                                                                        | <p>terhadap kinerja pemasaran usaha dodol di Kota Padangsidimpuan.</p> <p>4. Secara bersama-sama, orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing memengaruhi kinerja pemasaran usaha dodol di Kota Padangsidimpuan.</p> | <p>pengambilan sampel, yaitu populasi yang terdiri dari pelaku UMKM dan teknik sampel jenuh.</p> <p><b>Perbedaan:</b><br/>Perbedaannya terletak pada jenis usaha dan lokasi penelitian. Penelitian ini berfokus pada usaha keripik dan sejenisnya yang terdaftar di Jackpreneur, Kecamatan Cilincing, sedangkan penelitian sebelumnya meneliti usaha dodol yang berada di Kota Padangsidimpuan.</p> |
| 2  | Yosi Fadhillah, dkk. (2021) | Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran dengan Keunggulan | 1. Orientasi kewirausahaan yang tercermin dari inovasi, pengambilan risiko, keaktifan, agresivitas bersaing, dan                                                                                                                          | <b>Persamaan:</b><br>Kedua penelitian sama-sama menggunakan Variabel Independen (X) berupa Orientasi Kewirausahaan                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

| No | Peneliti | Judul                                               | Hasil                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Persamaan dan Perbedaan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----|----------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |          | Bersaing sebagai Intervening pada UKM di Kota Jambi | <p>otonomi tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing yang tercermin melalui diferensiasi dan fokus.</p> <p>2. Inovasi produk yang tercermin dari penemuan, pengembangan, duplikasi, dan sintesis memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing, baik dalam hal diferensiasi maupun fokus.</p> <p>3. Penggunaan media sosial, yang tercermin melalui partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas, dan keterhubungan, memberikan pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing, baik</p> | <p>dan Inovasi Produk.</p> <p><b>Perbedaan:</b> Penelitian ini menambahkan Variabel Independen Keunggulan Bersaing, sementara penelitian terdahulu menggunakan Variabel Independen Media Sosial. Selain itu, Variabel Dependen (Y) pada penelitian ini adalah Kinerja Pemasaran UMKM di Kecamatan Cilincing, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan Kinerja Pemasaran dengan Keunggulan Bersaing sebagai variabel intervening pada</p> |

| No | Peneliti | Judul | Hasil                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Persamaan dan Perbedaan                                                                                                                                                                          |
|----|----------|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |          |       | <p>dari sisi diferensiasi maupun fokus.</p> <p>4. Orientasi kewirausahaan yang tercermin dari inovasi, pengambilan risiko, keaktifan, agresivitas bersaing, dan otonomi memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran yang terlihat dari nilai penjualan, pertumbuhan, dan pangsa pasar.</p> <p>5. Keunggulan bersaing, yang ditunjukkan melalui diferensiasi dan fokus, berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran, termasuk nilai penjualan, pertumbuhan, dan pangsa pasar.</p> <p>6. Media sosial, yang tercermin melalui partisipasi,</p> | <p>UKM di Kota Jambi. Dalam hal pengambilan sampel, penelitian terdahulu memakai <i>purposive sampling</i>, dengan populasi yang terdiri dari pelaku usaha kecil dan menengah di Kota Jambi.</p> |

| No | Peneliti | Judul | Hasil                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Persamaan dan Perbedaan |
|----|----------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
|    |          |       | <p>keterbukaan, percakapan, komunitas, dan keterhubungan, berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran, baik pada nilai penjualan, pertumbuhan, maupun pangsa pasar.</p> <p>7. Orientasi kewirausahaan tidak memengaruhi kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing, sehingga keunggulan bersaing tidak dapat memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran.</p> <p>8. Inovasi produk memengaruhi kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing, sehingga keunggulan bersaing mampu</p> |                         |

| No | Peneliti                          | Judul                                                                                            | Hasil                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Persamaan dan Perbedaan                                                                                                                                                                                            |
|----|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                   |                                                                                                  | <p>memediasi hubungan antara inovasi produk dan kinerja pemasaran.</p> <p>9. Media sosial berpengaruh terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing, sehingga keunggulan bersaing dapat memediasi pengaruh media sosial terhadap kinerja pemasaran.</p>                       |                                                                                                                                                                                                                    |
| 3  | Mohammad Fatih Nizam, dkk. (2020) | Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing terhadap Pemasaran UMKM | <p>1. Orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM makanan dan minuman di Kota Pasuruan, dengan nilai signifikansi 0,000.</p> <p>2. Orientasi kewirausahaan memberikan pengaruh positif</p> | Penelitian ini mengambil Kinerja Pemasaran UMKM di Kecamatan Cilincing sebagai Variabel Dependen (Y), sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan pemasaran UMKM sebagai Variabel Dependen. Selain itu, penelitian |

| No | Peneliti                                          | Judul                                                                                                      | Hasil                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Persamaan dan Perbedaan                                                                                                                       |
|----|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                   |                                                                                                            | <p>dan signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM makanan dan minuman di Kota Pasuruan, dengan nilai signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa jika pemilik UMKM di Kota Pasuruan memiliki orientasi kewirausahaan yang baik, kinerja pemasaran UMKM mereka akan meningkat secara optimal.</p> <p>3. Keunggulan bersaing juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000.</p> | terdahulu melibatkan seluruh UMKM makanan dan minuman di Kota Pasuruan sebagai populasi, dengan pengambilan sampel menggunakan teknik Slovin. |
| 4  | Justicia Evangelistha Hermina Rompis, dkk. (2022) | Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran (Studi | 1. Secara parsial, Orientasi Kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada Usaha Kerajinan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>Persamaan:</b> Kedua penelitian sama-sama meneliti Variabel Independen (X), yaitu Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk,                 |

| No | Peneliti | Judul                                                                 | Hasil                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Persamaan dan Perbedaan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----|----------|-----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |          | kasus usaha kerajinan kayu di Kecamatan Tagulandang Kabupaten Sitaro) | <p>Kayu di Kecamatan Tagulandang, Kabupaten SITARO (Kepulauan Siau Tagulandang Biaro).</p> <p>2. Secara parsial, Inovasi Produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada Usaha Kerajinan Kayu di Kecamatan Tagulandang, Kabupaten SITARO (Kepulauan Siau Tagulandang Biaro).</p> <p>3. Secara parsial, Keunggulan Bersaing berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada Usaha Kerajinan Kayu di Kecamatan Tagulandang, Kabupaten SITARO (Kepulauan Siau</p> | <p>dan Keunggulan Bersaing, serta Variabel Dependen (Y), yaitu Kinerja Pemasaran.</p> <p><b>Perbedaan:</b></p> <p>Penelitian ini menerapkan studi kasus pada usaha keripik dan produk sejenis yang terdaftar di Jackpreneur, Kecamatan Cilincing. Sementara itu, penelitian sebelumnya berfokus pada usaha kerajinan kayu di Kecamatan Tagulandang, Kabupaten SITARO (Kepulauan Siau Tagulandang Biaro). Selain itu, penelitian terdahulu menggunakan 107 sampel dan menentukan jumlah sampel dengan teknik</p> |

| No | Peneliti                           | Judul                                                                                                                                           | Hasil                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Persamaan dan Perbedaan                                                                                                                                                                                              |
|----|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                    |                                                                                                                                                 | <p>Tagulandang Biaro).</p> <p>4. Secara simultan, Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing bersama-sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada Usaha Kerajinan Kayu di Kecamatan Tagulandang, Kabupaten SITARO (Kepulauan Siau Tagulandang Biaro).</p> | Slovin.                                                                                                                                                                                                              |
| 5  | I Komang Kesuma Natha, dkk. (2023) | Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Keunggulan Bersaing dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Seni Ukir di Banjar Puaya, Desa Batuan | <p>1. Secara individual, orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja pemasaran.</p> <p>2. Secara terpisah, keunggulan bersaing memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.</p>                                                                   | <b>Persamaan:</b> Kedua penelitian sama-sama menggunakan Variabel Independen (X), yaitu Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing, serta sama-sama memilih sampel dengan teknik sampel jenuh. |

| No | Peneliti                    | Judul                                                                                                                       | Hasil                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Persamaan dan Perbedaan                                                                                                                                                                                                                                         |
|----|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                             |                                                                                                                             | <p>3. Inovasi produk secara parsial berdampak positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran serta orientasi kewirausahaan.</p> <p>4. Keunggulan bersaing dan inovasi produk secara bersamaan menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM Seni Ukir di Banjar Puaya, Desa Batuan.</p> | <p><b>Perbedaan:</b><br/>Perbedaannya terletak pada Variabel Dependen (Y). Penelitian ini meneliti Kinerja Pemasaran UMKM di Kecamatan Cilincing, sementara penelitian sebelumnya fokus pada Kinerja Pemasaran UMKM Seni Ukir di Banjar Puaya, Desa Batuan.</p> |
| 6  | Afif Nur Rahmad, dkk (2020) | Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM di Jalanan Kota Kediri. | <p>1. Orientasi pasar memiliki dampak positif yang signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.</p> <p>2. Inovasi menunjukkan pengaruh negatif yang signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.</p> <p>3. Orientasi kewirausahaan memberikan pengaruh positif</p>                                                        | <p><b>Persamaan:</b><br/>Kedua penelitian sama-sama menggunakan Variabel Independen (X), yaitu Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk.</p> <p><b>Perbedaan:</b><br/>Penelitian ini menggunakan Variabel Independen (X1) berupa Orientasi Kewirausahaan,</p> |

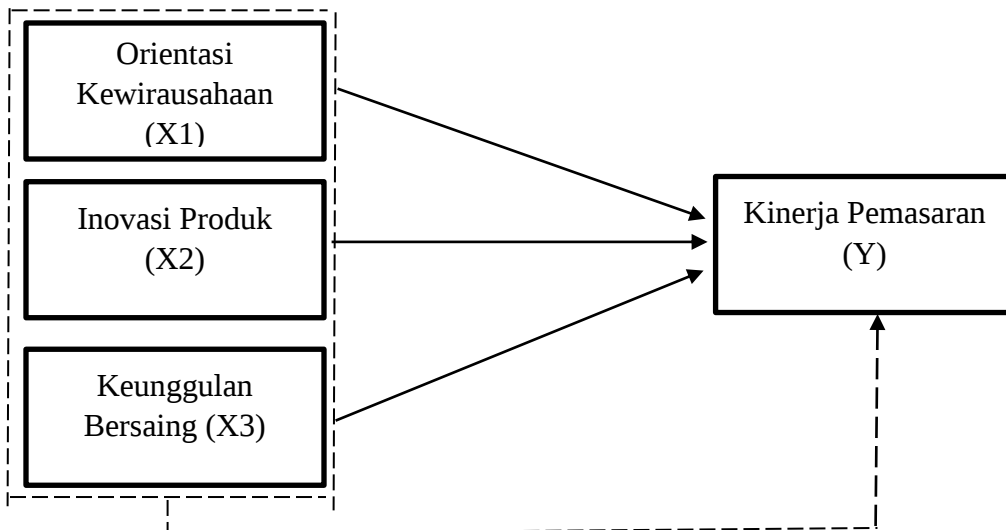
| No | Peneliti | Judul | Hasil                                         | Persamaan dan Perbedaan                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----|----------|-------|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |          |       | yang signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. | dan penentuan sampelnya dilakukan dengan sampel jenuh, artinya seluruh populasi dijadikan sampel penelitian. Sementara itu, penelitian sebelumnya menggunakan Variabel Independen (X1) berupa Orientasi Pasar, dan jumlah sampelnya ditentukan dengan metode <i>probability sampling</i> . |

*Sumber: Data olahan peneliti*

## H. Kerangka Pemikiran

Menurut McGaghie (dikutip dalam Hayati, 2020), framing merupakan suatu proses yang bertujuan mengatur dan merumuskan pertanyaan penelitian. Proses ini juga membantu peneliti mengeksplorasi isu-isu yang berkaitan dengan masalah dan konteks tertentu, sehingga menjadi panduan dalam pelaksanaan penelitian.

Kerangka pada Gambar 1.1 menunjukkan bagaimana variabel dependen dan independen saling berkaitan dalam penelitian ini. Analisis difokuskan pada dua jenis variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Penelitian ini menitikberatkan pada tiga variabel independen, yaitu: 1) Orientasi Kewirausahaan (X1), 2) Inovasi Produk (X2), dan 3) Keunggulan Bersaing (X3). Sedangkan variabel dependen yang menjadi fokus penelitian adalah Kinerja Pemasaran (Y).



**Gambar 1.1 Kerangka Berpikir**

## **I. Sistematika Pembahasan**

Penelitian yang akan dilaporkan secara terperinci dalam lima bab dengan urutan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan masalah,

manfaat/signifikan penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, hipotesis, dan sistematika pembahasan

## BAB II KAJIAN TEORI

Pada bab ini menguraikan teori-teori mengenai Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, dan Kinerja Pemasaran serta hubungan antar variabel.

## BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan secara rinci mengenai waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, jenis metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

## BAB IV PEMBAHASAN DAN PENELITIAN

Pada bab ini berisi uraian mengenai hasil penelitian berupa temua-temuan dari penelitian yang telah dilakukan beserta pembahasannya.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menguraikan kesimpulan dan saran.