

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK  
TERHADAP KEUNGGULAN PERSAINGAN INDUSTRI KREATIF  
PADA KERAJINAN ROTAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**  
(Studi Kasus Pengusaha Sentra Anyaman Rotan Desa Teluk Wetan Kabupaten Jepara)

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1  
dalam Ilmu Ekonomi Islam



Disusun Oleh:

SALSABILA RAHMATIKA

1805026118

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

**2021**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks

Hal : Naskah Skripsi

An. Salsabila Rahmatika

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

di Tempat

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, meneliti, serta menjalankan perbaikan seperlunya, bersama dengan ini kami selaku pembimbing berpendapat bahwa naskah saudara :

Nama : Salsabila Rahmatika

NIM : 1805026118

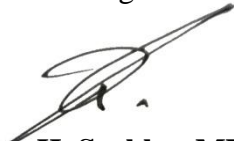
Judul : Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Persaingan Industri Kreatif Pada Kerajinan Rotan Dalam Perspektif Ekonomi Islam  
(Studi Kasus Pengusaha Sentra Anyaman Rotan Desa Teluk Wetan Kabupaten Jepara)

Dengan ini kami mohon, kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Semarang, 22 Desember 2021

Pembimbing I



**Drs. H. Saekhu, MH.**

**NIP. 19690120 199403 1004**

Pembimbing II



**Dessy Noor Farida, SE, M.Si, AK CA.**

**NIP. 19791222 201503 2001**



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Semarang 50185, Telp/Fax. : (024) 7608454  
Website : [www.febi.walisongo.ac.id](http://www.febi.walisongo.ac.id) , Email : [febi@walisongo.ac.id](mailto:febi@walisongo.ac.id)

**PENGESAHAN**

Nama : Salsabila Rahmatika

NIM : 1805026118

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul : Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Persaingan Industri Kreatif Pada Kerajinan Rotan Dalam Perspektif Ekonomi Islam  
(Studi Kasus Pengusaha Sentra Anyaman Rotan Desa Teluk Wetan Kabupaten Jepara)

Telah dimunaqosahkan oleh dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, serta dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal 22 Desember 2021.

Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir untuk memperoleh gelar sarjana (Strata satu/S1) pada Ilmu Ekonomi Islam.

Semarang, 22 Desember 2021

Mengetahui,

Ketua Sidang

Dwi Swasana Ramadhan, S.E., M.SEL  
NIP. 19940303 201903 1014

Sekretaris Sidang

Dessy Noor Farida, SE, M.Si., AK CA.  
NIP. 19791222 201503 2001

Penguji Utama I

Rakhmad Dwi Pambudi, S.E., M.Si.  
NIP. 19860731 201903 1008



Penguji Utama II

Naili Saadah, SE., M.Si., AK.  
NIP. 19880331 201903 2012

Pembimbing I

Drs. H. Saekhu, MH.  
NIP. 19690120 199403 1004

Pembimbing II

Dessy Noor Farida, SE, M.Si, AK CA.  
NIP. 19791222 201503 2001

## MOTTO

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ  
وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

*Arti : Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia dan berbuatbaiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan.*

**(Q,S Al-Qashash ayat 77)**

## PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT yang sudah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat serta salam semoga selalu terlimpah kepada Nabi Muhammad SAW. Bersama penuh rasa bahagia saya mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kepada Kedua orang tuaku, Bapak Mustofa dan Ibu Tutik Maftukhah yang sudah memberikan banyak hal baik, semangat, serta dukungan kepada anaknya. Semoga selalu diberikan kesehatan dan umur panjang untuk melihat anak – anaknya sukses kelak.
2. Kedua Adikku, Maulidia Kanza Az-Zahra dan Muhammad Muabid yang sudah memberiku semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Semoga kalian selalu diberi kebaikan dan juga kesuksesan dalam menempuh pendidikan.
3. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah memberi banyak ilmu yang bermanfaat dan bimbingan selama perkuliahan. Semoga diberikan selalu umur panjang serta keberkahan dalam hidupnya oleh Allah SWT.
4. Seluruh teman-temanku Ekonomi Islam C 2018 yang sudah kebersamai sejak awal kuliah hingga sekarang, semoga kalian semua diberikan selalu kelancaran dan segera menyusul menyelesaikan tugas akhir perkuliahan.
5. Segenap keluarga besar GRIFFIN 2018 yang sudah menjadi tempat berproses dan berbagi pengalaman selama perkuliahan. Semoga kalian semua selalu diberikan kesuksesan dan kelancaran dalam mewujudkan keinginan kalian.
6. PMII RAYON EKONOMI yang sudah memberi kesempatan belajar berorganisasi dan menggali banyak pengalaman.
7. Kepada teman-temanku yang selalu saya reportkan Yani, Tiwi, Sari, Amel, Devira, Nailin, dan Vella semoga kalian semua diberi kelancaran dalam segala urusannya dan dipermudah dalam menggapai cita – cita dan keinginan kalian.

## DEKLARASI

Dengan ini penulis menyampaikan dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab bahwa skripsi yang dibuat tidak mengandung materi dan pemikiran yang telah ditulis atau diterbitkan oleh peneliti lain, kecuali sumber informasi yang telah penulis kutip dijadikan bahan rujukan oleh penulis dan dimasukkan dalam daftar pustaka.

Semarang, 22 Desember 2021

Deklator.



**Salsabna Rahmatullah**

**NIM. 1805026118**

## PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB KE HURUF LATIN

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam penulisan skripsi karena pada umumnya banyak istilah arab, nama orang, judul buku, nama lembaga, dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut :

### A. Konsonan

أ = ‘	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ‘	ی = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

### B. Vokal

اَ = a

اِ = i

اُ = u

### C. Diftong

أى = ay

أو = aw

### D. Syaddah (*Tasydid*)

Syaddah atau *Tasydid* ditandai dengan konsonan ganda dan dengan huruf yang diberi tanda Tasydid.

Contohnya : رَبَّنَا : *Rabbana*

### **E. Kata Sandang**

Kata sandang (... ال) ditulis dengan al- .... misalnya الناس = *an-nnas*. *Al-* ditulis kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

### **F. Ta' Marbutah (ة)**

Setiap ta' marbutah ditulis dengan huruf "h".

Contohnya : المدرسة : *al-madrasah*



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan persaingan industri kreatif kerajinan rotan dalam perspektif ekonomi islam yang berada di Sentra Anyaman Rotan Desa Teluk Wetan Kabupaten Jepara. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis data regresi linier berganda menggunakan aplikasi IBM SPSS 26. Data yang diuji merupakan data primer yang langsung diambil dari responden. Populasi pada penelitian ini adalah pengusaha kerajinan rotan di Desa Teluk Wetan. Dalam pengambilan sampel menggunakan metode slovin menghasilkan 64 sampel dari jumlah sampel sebanyak 175 orang yang digunakan pada penelitian ini.

Hasil dari penelitian ini bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan persaingan industri kreatif pada kerajinan rotan. Selanjutnya, Inovasi produk juga memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan persaingan industri kreatif pada kerajinan rotan. Serta, secara simultan variabel orientasi kewirausahaan (X1) dan variabel inovasi produk (X2) berpengaruh terhadap keunggulan persaingan industri kreatif (Y).

Kata Kunci : Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Persaingan.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang sudah melimpahkan rahmat serta karunianya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan selesai tepat pada waktunya. Tidak lupa shalawat serta salam kita haturkan pada junjungan Nabi Muhammad SAW yang kita semua nantikan syafaatnya di Yaumul Qiyamah kelak.

Skripsi yang berjudul **“PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN PERSAINGAN INDUSTRI KREATIF PADA KERAJINAN ROTAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS PENGUSAHA SENTRA ANYAMAN ROTAN DESA TELUK WETAN KABUPATEN JEPARA)”**. Disusunnya skripsi ini untuk memenuhi dan melengkapi persyaratan memperoleh gelar sarjana Ekonomi (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Prodi S1 Ekonomi Islam. Oleh karena itu, telah selesainya skripsi ini tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Imam Taufiq, M. Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. Muhammad Saifullah, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Ade Yusuf Mujaddid, M. Ag., selaku ketua jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Drs. H. Saekhu, MH., selaku dosen pembimbing I dan Ibu Dessy Noor Farida, SE., Msi., AK., CA, selaku dosen pembimbing II yang sudah bersedia menjadi pembimbing saya serta selalu memberi bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Singgih Muheramtohad, S.Sos.I, MEI. selaku wali dosen yang sudah memberikan arahan dan bimbingan selama saya menuntut ilmu di perkuliahan.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah banyak memberi ilmu yang bermanfaat kepada saya dan selalu memberi arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kedua Orang tuaku, Bapak Mustofa dan Ibu Tutik Maftukhah yang sering memberi motivasi serta dukungan untuk saya supaya segera menyelesaikan skripsi.
8. Terimakasih kepada Kepala Desa Teluk Wetan yang sudah memberikan izin kepada saya melaksanakan penelitian di Desa Teluk Wetan.

9. Para pengusaha anyaman rotan di Desa Teluk Wetan yang sudah bersedia membantu serta mendukung saya atas selesainya skripsi ini.

10. Seluruh pihak yang sudah andil membantu saya menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih adanya kekurangan dan penulisan skripsi belum bisa sempurna karena adanya keterbatasan ilmu dan pengalaman penulis miliki. Maka dari itu, penulis masih sangat membutuhkan kritik dan saran membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Serta, penulis berharap semoga yang terdapat pada penelitian ini bisa bermanfaat bagi berbagai pihak.

Semarang, 22 Desember 2021

Penulis,



**Salsabila Rahmatika**  
**NIM. 1805026118**

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	<b>1</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>MOTTO</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>DEKLARASI</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1 Orientasi Kewirausahaan .....	11
2.1.1 Definisi Orientasi Kewirausahaan .....	11
2.1.2 Tipe Kewirausahaan .....	12
2.1.3 Indikator Orientasi Kewirausahaan .....	12
2.1.4 Orientasi Kewirausahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	14
2.2 Inovasi Produk .....	15
2.2.1 Definisi Inovasi Produk .....	15
2.2.2. Tipe Inovasi .....	16
2.2.3 Indikator Inovasi Produk .....	17
2.2.4 Inovasi Produk Dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	18
2.3 Keunggulan Persaingan.....	18

2.3.1 Definisi Keunggulan Persaingan .....	18
2.3.2 Indikator Keunggulan Persaingan .....	19
2.3.3 Keunggulan Persaingan Dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	20
2.4 Industri Kreatif.....	21
2.4.1 UMKM pada Industri Kreatif.....	23
2.4.2 Industri Kerajinan Rotan .....	25
2.5 Penelitian Terdahulu .....	26
2.6 Kerangka Teori .....	28
2.7 Hipotesis.....	28
2.7.1 Variabel orientasi kewirausahaan diduga berpengaruh positif terhadap keunggulan persaingan industri kreatif pada kerajinan rotan.....	28
2.7.2 Variabel inovasi produk diduga berpengaruh positif terhadap keunggulan persaingan industri kreatif pada kerajinan rotan .....	29
<b>BAB III : METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Jenis dan Sumber Data.....	31
3.1.1 Jenis Penelitian .....	31
3.1.2 Sumber Data .....	31
3.2 Populasi dan Sampel .....	31
3.2.1 Populasi .....	31
3.2.2 Sampel.....	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4 Variabel Penelitian .....	34
3.5 Definisi Operasional .....	34
3.6 Teknik Analisis Data.....	35
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	35
3.6.2 Uji Validitas .....	35
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.7.1 Uji Normalitas .....	36
3.7.2 Uji Multikolinearitas .....	36
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas .....	36
3.8 Analisis Regresi Linier Berganda .....	37
3.8.1 Koefisien Determinasi R .....	37
3.8.2 Uji Statistik t.....	37
3.8.3 Uji statistik F .....	38

<b>BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
4.1 Gambaran Umum Desa Teluk Wetan Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara .....	39
4.2 Deskripsi Objek Penelitian.....	40
4.3 Teknik Analisis Data.....	42
4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	42
4.3.2 Uji Validitas .....	43
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	45
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	45
4.4.1 Uji Normalitas .....	45
4.4.2 Uji Multikolinieritas .....	46
4.4.3 Uji Heteroskedestisitas .....	47
4.5 Analisis Regresi Berganda .....	48
4.5.1 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	49
4.5.2 Uji Statistik t.....	49
4.5.3 Uji Statistik F.....	50
4.6 Pembahasan.....	51
4.6.1 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Persaingan industri kreatif pada kerajinan rotan dalam perspektif ekonomi islam .....	51
4.6.2 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Persaingan industri kreatif pada kerajinan rotan dalam perspektif ekonomi islam.....	51
<b>BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>53</b>
5.1 Kesimpulan .....	53
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	53
5.3 Saran.....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>55</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN.....</b>	<b>57</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>79</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kontribusi Industri Kreatif .....	1
Tabel 1.2 Data Volume Produksi Industri Kecil Menengah Kabupaten Jepara .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.1 Jumlah Pengusaha.....	32
Tabel 3.2 Definisi Operasional .....	34
Tabel 4.1 Distribusi Sampel .....	40
Tabel 4.2 Klasifikasi Berdasarkan Umur .....	40
Tabel 4.3 Kalsifikasi Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	41
Tabel 4.4 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
Tabel 4.5 Statistik Deskripsi .....	42
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Orientasi Produk (X2) .....	43
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Inovasi Produk (X2) .....	44
Tabel 4.8 Uji Validitas Keunggulan Persaingan (Y) .....	44
Tabel 4.9 Uji Reabilitas .....	45
Tabel 4.10 Uji Normalitas .....	46
Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas .....	46
Tabel 4.12 Uji Heteroskedestisitas .....	47
Tabel 4.13 Uji Analisis Regresi Berganda .....	48
Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi (R2) .....	49
Tabel 4.15 Uji Statistik t.....	49
Tabel 4.16 Uji Statistik F.....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritik .....	28
--	----

## DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....</i>	<i>57</i>
<i>Lampiran 3 Surat Izin Riset .....</i>	<i>67</i>
<i>Lampiran 4 Surat Keterangan Penelitian .....</i>	<i>68</i>
<i>Lampiran 5 Data Responden .....</i>	<i>69</i>
<i>Lampiran 6 Hasil Output - SPSS Uji Statistik Deskriptif .....</i>	<i>70</i>
<i>Lampiran 7 Hasil Output – SPSS Uji Validitas .....</i>	<i>71</i>
<i>Lampiran 8 Hasil Output - SPSS Uji Reabilitas .....</i>	<i>74</i>
<i>Lampiran 9 Hasil Output - SPSS Uji Normalitas .....</i>	<i>75</i>
<i>Lampiran 10 Hasil Output - SPSS Uji Multikolinearitas .....</i>	<i>76</i>
<i>Lampiran 11 Hasil Output- SPSS Uji Heterokedastisitas .....</i>	<i>76</i>
<i>Lampiran 12 Hasil Output - SPSS Analisis Regresi Berganda .....</i>	<i>76</i>
<i>Lampiran 13 Hasil Output – SPSS Uji Koefisien Determinasi .....</i>	<i>77</i>
<i>Lampiran 14 Hasil Output – SPSS Uji Statistik t .....</i>	<i>77</i>
<i>Lampiran 15 Hasil Output – SPSS Uji F .....</i>	<i>78</i>



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan signifikan yang terjadi pada suatu bidang usaha pasti akan memunculkan banyaknya usaha baru pada bidang yang sama, tak terkecuali di beberapa industri di Indonesia. Di tengah dampak masa pandemi Covid-19 sekarang ini terus menjadikan para pengusaha untuk tetap dapat berinovasi menghadapi persaingan. Industri kreatif merupakan salah satu sektor yang memiliki peran besar di tengah kondisi seperti sekarang ini. Hal tersebut dikatakan oleh Joko Widodo selaku presiden RI pada tahun 2017. Ia menyebut industri kreatif mempunyai peran krusial untuk mendorong keadaan ekonomi Indonesia sebab industri kreatif dan industri kerajinan mencatat total ekspor hingga Rp852 triliun. Tentunya, angka tersebut bukan termasuk angka yang kecil.<sup>1</sup> Sejak adanya pandemi Covid-19 Kementerian Perindustrian (Kemenperin) juga terus memperkuat sektor industri dengan harapan dapat berkontribusi secara signifikan.

Ekonomi kreatif adalah suatu pandangan perekonomian baru yang memadukan kreativitas sekaligus informasi dan mengunggulkan gagasan, pengetahuan, serta ide yang berasal dari faktor produksi yakni manusia.<sup>2</sup> Pada literatur ekonomi, terdapat beberapa faktor produksi, diantaranya yakni manajemen, modal, SDM, dan SDA.<sup>3</sup> Inti ekonomi kreatif merupakan industri kreatif. Berdasarkan United Kingdom Departement Culture, Industri kreatif merupakan segala sesuatu yang perlu kreativitas, ketrampilan, maupun bakat yang dilakukan guna menciptakan pekerjaan dan kesejahteraan eksploitasi kekayaan intelektual.<sup>4</sup> Jadi, industri kreatif ialah suatu kegiatan ekonomi dimana berkaitan dengan penciptaan atau hasil dari kreativitas manusia. Peranan industri kreatif begitu penting bagi perekonomian seperti penyerapan pekerja, mengurangi pengangguran dan peningkatan perekonomian.

**Tabel 1.1**  
**Kontribusi Industri Kreatif**

<b>Tahun</b>	<b>PDB Nasional (Rp milyar)</b>	<b>Industri Kreatif (Rp milyar)</b>	<b>Kontribusi (%)</b>
2015	11.531.716	852.560	7,39
2016	12.406.809	922.587	7,44
2017	13.588.797	990.472	7,29
2018	14.838.315	1.102.551	7,44

<sup>1</sup> Rika Devi K & Agung Utama, *Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing*, Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, 2018, h. 468.

<sup>2</sup> <https://id.m.wikipedia.org> diakses pada 20 Juni 2021

<sup>3</sup> I Gusti Bagus A, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, (Jakarta: Rajawali Press, 2016), h. 227

<sup>4</sup> Artiningsih dkk, *Analisis Potensi Sosial Ekonomi dan Budaya Masyarakat di Wilayah Kota Semarang dalam Pengembangan Industri Kreatif*, Jurnal Riptek, Vol. 4 No. 11, 2011, h. 12.

*Sumber: Badan Ekonomi Kreatif*

Data Badan Ekonomi Kreatif pada Tabel 1.1 memperlihatkan bahwa industri kreatif di Indonesia dari tahun 2015 hingga 2018 memberi kontribusi yang meningkat secara signifikan pada Produk Domestik Bruto (PDB).<sup>5</sup> Konsep ekonomi kreatif semakin memperoleh perhatian karena bisa memberi kontribusi yang nyata pada perekonomian. Akhirnya menjadikan munculnya usaha bidang industri semakin meningkat sehingga akan terjadi persaingan yang pesat.

Umat muslim dengan menghadapi perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat dalam persaingan usaha perlu dilaksanakan dengan sehat. Maka tentunya akan memunculkan usaha sehat dan kompetitif juga, tapi jika kompetisi tersebut dilaksanakan dengan curang maka bisa mengakibatkan kerugian untuk pihak-pihak tertentu.<sup>6</sup> Rasulullah saw memberi teladan dan cara bersaing yang bagus. Saat melakukan perdagangan, Rasul tidak sekalipun melaksanakan usahanya untuk mengacaukan dagangan para pesaing. Akan tetapi, hal ini tidak bisa diartikan bahwa Rasulullah melakukan perdagangan dengan tidak mencermati para pesaingnya. Beliau melakukan dengan memberi layanan semaksimal mungkin serta menyebut karakteristik produk yang dijualnya apa adanya.

Maka dari itu, pada Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 148 sesama muslim sangat dilarang untuk berkompetisi dengan cara batil. Dapat dilihat dalam firman Allah:

Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 148

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ؕ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا ؕ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

*Artinya: "Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu".<sup>7</sup> (Q.S Al-Baqarah ayat 148)*

Dari ayat di atas menyebutkan sesama umat muslim tidak merupakan competitor. Namun, partnership guna saling bersama-sama melakukan kebijakan pada suatu usaha, dikarenakan umat merupakan suatu kesatuan. Bahkan Islam saja yang memiliki pengetahuan yang begitu luasnya, tapi berisi juga ajaran yang banyak memiliki kandungan berbagai nilai yang bisa mencakup banyak hal.

Memang pada dunia usaha tidak bisa lepas dari suatu persaingan. Maka dari itu, selain melakukan persaingan yang sehat seorang pengusaha juga perlu peka terhadap keinginan konsumen, peluang pasar, maupun memberi inovasi terhadap tiap produknya agar bisa mendapatkan nilai lebih

<sup>5</sup> <http://www.bekraf.go.id/berita/page/17/rencana-strategis-badan-ekonomi-kreatif-2015-2019>, diakses pada 22 Juni 2021

<sup>6</sup> Muhammad Ismail Yusanto, *Menggas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Pers, 2002), h. 22

<sup>7</sup> Departemen Agama RI, *Qur'an Karim dan Terjemahnya*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), h. 302

dan memberikan kepuasan kepada para konsumen. Sesungguhnya dalam islam, umat muslim juga dituntut untuk selalu bekerja keras dan berusaha dengan kemampuan yang dimilikinya.

Sesuai firman Allah SWT pada surat Ar-Rad ayat 11 :

إِنَّ اللَّهَ لَا يُعَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُعَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ

*Artinya : “Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”*<sup>8</sup> (QS. Ar-Ra’d ayat 11)

Dari ayat diatas telah dijelaskan bahwasanya perubahan nasib tidak akan dilakukan oleh Allah selama seorang individu tersebut tidak ada niat dan upaya untuk mengubah nasibnya sendiri. Karena islam sudah mewajibkan bekerja dengan sungguh – sungguh dan berasumsi bekerja merupakan kewajiban yang dilakukan untuk mendapat ridha Allah SWT serta memperoleh rezeki yang halal. Oleh karena itu, melakukan usaha dengan mengembangkan sikap untuk terus mencari inovasi, supaya tiap upaya yang dilakukan mendapatkan profit yang baik dari sisi manusia sekaligus dari Allah SWT.

Pada tahun 2020, berdasarkan data Focus Economy Outlook 2020 bahwa sektor ekonomi kreatif di Indonesia telah menyumbang pendapatan Negara hingga Rp 1.100 Triliun. Termasuk pada industri kreatif yang meliputi 18 sub sektor (industri) yang dirancang jangka panjang hingga 2025. Antara lain sub bidang (1) desain, (2) arsitektur, (3) fotografi, (4) animasi, (5) musik, (6) televisi dan radio, (7) mode, (8) pengembangan dan penelitian, (9) perfilman, (10) periklanan, (11) penerbitan, (12) video, (13) teknologi informasi, (14) kuliner, (15) permainan interaktif , (16) seni pertunjukkan, (17) seni rupa, (18) seni kriya/ kerajinan.<sup>9</sup>

Salah satu sub sektor industri kreatif yang perkembangannya di negara ini terlihat mengalami peningkatan terbanyak ialah industri kerajinan sehingga memiliki persaingan usaha semakin kompetitif. Perkembangan bidang usaha yang sama memungkinkan banyaknya kemunculan kompetitor lainnya. Hal tersebut akan memunculkan persaingan antara jenis usaha yang saling sama. Munculnya persaingan akan mendorong tiap pengusaha untuk menciptakan keunggulan. Akhirnya menjadikan setiap usaha mempunyai strategi berbeda – beda guna bisa mencapai keunggulan persaingan. Persaingan yang semakin ketat tentunya membuat suatu usaha perlu memiliki daya bersaing kuat supaya dapat lebih unggul dengan perusahaan lain. Dengan bertumbuhnya usaha dalam bidang industri kerajinan yang semakin pesat, pasti akan menimbulkan persaingan yang unggul. Menurut Porter (1990) keunggulan bersaing ialah mampu tidaknya sebuah perusahaan dalam mendapat profit ekonomi melebihi profit yang bisa didapat pesaingnya di pasaran industri yang serupa. Persaingan dalam usaha tersebut ditandai semakin banyaknya usaha yang ada. Tetapi sebagian industri

---

<sup>8</sup> At-Tanzil, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Bandung : Sinar Baru, 2007), Cet I, h. 370

<sup>9</sup> Suparmin dkk, *Eksplorasi Sub-sub Sektor Industri Kreatif di Pusat- Pusat Keramaian Kabupaten Kulon Progo*, Jurnal Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu&Call For Papers Unisbank ke-3, 2017, h. 712

di Indonesia masih sulit mencapai keunggulan persaingan. Dikarenakan beberapa masalah antara lain seperti rendahnya ketrampilan sumberdaya manusia dan kurangnya pengetahuan tentang pentingnya orientasi kewirausahaan.

Ketika industri kerajinan dapat melakukan penerapan orientasi kewirausahaan sekaligus inovasi produk, dengan begitu para pengusaha dapat melakukan penyusunan strategi bisnis untuk menjadi alat dalam bersaing. Orientasi kewirausahaan ialah mampu tidaknya suatu perusahaan dalam melakukan pengelolaan sumber daya demi mengimplementasikan cara-cara meraih hasil maksimal untuk dijadikan dasar mencari peluang menuju kesuksesan dalam keberlangsungan industri atau usaha. Hal tersebut dibuktikan pada studi Defin dan Atim (2011) yang menyebut bahwa ada pengaruh langsung dari orientasi wirausaha yang meliputi sikap pengambilan resiko, proaktif, serta inovatif yang dipunya pengusaha berpengaruh pada meningkatnya keunggulan dalam persaingan secara langsung. Miller dan Friesen (1983) mengatakan bahwasanya organisasi yang mempunyai kekuatan orientasi wirausaha bisa mempunyai sikap inovatif dengan kekuatan yang melebihi organisasi lainnya. Di lingkungan berbasis perekonomian, orientasi wirausaha secara gamblang memperlihatkan pentingnya keberlangsungan sebuah industri ketika menghadapi keunggulan bersaing untuk menjalankan kelanjutan usahanya.

Faktor lain yang berpengaruh dalam menciptakan keunggulan dalam persaingan yakni adanya produk yang inovatif. Kotler (2007) menyebut bahwasanya inovasi yakni penggabungan beragam proses yang berpengaruh satu sama lain. Dengan demikian, inovasi bukan hanya perkembangan suatu pasar yang baru semata, melainkan juga penggambaran seluruh proses. Adapun penelitian lainnya, pada penelitian Larsen et al. (2007) bahwasanya organisasi yang tidak mempunyai sikap kreatif dan inovatif tidak akan bisa melanjutkan persaingan serta mempertahankan diri di tengah kemelut kompetisi yang terus meningkat.<sup>10</sup> Inovasi bisa memberi nilai tambahan pada sebuah produk serta membuat produk yang baru sehingga memberi jalan keluar terbaik untuk konsumen. Inovasi produk termasuk krusial untuk keberlangsungan produk dalam sebuah organisasi dagang dikarenakan produk yang dihasilkannya mempunyai nilai tambah, dan mempunyai nilai tawar sebagai dasar diferensiasi dengan produk pesaing. Untuk konsumen, produk inovatif sangatlah diuntungkan sebab mereka mendapat produk yang diharapkan. Di sisi lain, keuntungan yang bisa didapat industri dengan adanya sikap inovatif adalah untuk membuat industri tersebut dapat selangkah lebih maju dari pesaingnya.

Seorang pelaku usaha yang terampil, berfikir inovatif maupun berinovasi yang kreatif akan mampu mengikuti perkembangan dalam menjalankan usaha dari waktu ke waktu. Sehingga mampu bertahan dalam persaingan yang semakin kompetitif. Salah satu usaha bidang industri yang diperlukan kreativitas maupun ketrampilan merupakan bagian menghadapi persaingan industri kreatif. Industri

---

<sup>10</sup> Larsen, P & A. Lewis, *Haw Award Winning SMEs The Barriers to Innovation*, Jurnal Creativity and Innovation Management, 2007, h. 141-151.

kreatif juga bisa dikenal sebagai Industri Budaya merupakan industri hasil dari pemanfaatan bakat individu, keterampilan, serta kreativitas guna membuat lapangan kerja yang menghasilkan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.<sup>11</sup>

Desa Teluk Wetan merupakan desa yang ada di Kabupaten Jepara yang memiliki potensi industri kreatif bidang kerajinan yaitu kerajinan rotan. Di Desa Teluk Wetan tersebut, kerajinan ini termasuk salah satu bagian dari UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) pada industri kerajinan di Kabupaten Jepara yang berperan sebagai kerajinan unggulan daerah yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat.

**Tabel 1.2**

**Data Volume Produksi Industri Kecil Menengah Kabupaten Jepara**

Jenis Industri Kecil Menengah	Satuan	Volume Produksi
1. Furniture Kayu	bh/set	4.184.037
2. Gerabah	bh/set	1.436.199
3. Tenun Ikat	Meter	38.129.093
4. Monel	bh/set	7.339.103
5. Kerajinan Rotan	bh/set	4.509.836
6. Kerajinan Kayu	bh/set	3.846.213
7. Bordir	bh/set	2.879.485
8. Kerajinan Simping	bh/set	1.557
9. Kerajinan Kuningan	bh/set	2.129

*Sumber: diolah, BPS Kabupaten Jepara, 2018*

Dari tabel 1.2, keberadaan UMKM di Jepara telah tersebar baik secara geografis maupun berdasarkan subsektor industri. Terdapat salah satunya industri kreatif bidang kerajinan, yaitu kerajinan rotan sebagai produk unggulan terbesar ketiga setelah industri tenun ikat dan kerajinan monel, yang memiliki volume produksi sekitar 4.509.836 per tahun.

Perkembangan industri rotan pada tahun 1972, Noor Ahmad Sidiq sebagai petinggi Desa Teluk Wetan mendatangkan rombongan dari Cirebon untuk bertukar pikiran dengan masyarakat tentang proses menganyam rotan. Dari situlah masyarakat Teluk Wetan mulai mengenal anyaman rotan. Tahun 1977 dikirim 3 warga Desa Teluk Wetan untuk mengikuti pelatihan menganyam di Jepang, kemudian setelah kembali ke daerahnya mereka mengajarkan ilmu tersebut ke warga Desa Teluk Wetan

<sup>11</sup> [http://id.wikipedia.org/wiki/Industri\\_kreatif](http://id.wikipedia.org/wiki/Industri_kreatif) diakses pada 15 Januari 2021

lainnya.<sup>12</sup> Memiliki potensi sumber daya manusia yang terampil, menjadikan desa penghasil industri rotan tersebut berkembang pesat. Pada industri kerajinan rotan Desa Teluk Wetan ini, dimana sudah terdapat ratusan unit usaha yang memproduksi hasil produk berbahan rotan dengan berbagai bentuk dan variasi. Diantara produknya seperti kursi rotan, tas, parcel, ayunan rotan, dan lain sebagainya.

Namun, permasalahan di sentra industri kerajinan rotan di Desa Teluk Wetan tidak begitu saja hilang dan mengalami pasang surut. Berdasarkan wawancara kepada beberapa pengusaha industri rotan di Desa Teluk Wetan. Berbeda pada tahun tahun sebelumnya, sejak Februari 2020 volume produksi rotan terus mengalami penurunan. Dan berlanjut hingga bulan April 2020 produksi rotan di Desa Teluk Wetan mengalami penurunan yang cukup signifikan sekitar 30%. Akhirnya, para pengusaha rotan mengalami banyak kerugian dan penurunan produksi. Hal tersebut disebabkan berbagai penyebab. Penyebab tersebut antara lain keterbatasan dalam mendapatkan bahan baku rotan alam, ditambah lagi adanya PSBB di bulan Juni-Agustus lalu. Sehingga, mendapatkan bahan baku rotan alam menjadi sulit, sedangkan pengusaha rotan sering menerima pesanan yang berbahan dasar rotan alami. Dan penyebab lainnya yaitu banyaknya keluhan dari pelanggan terhadap kurangnya inovasi dari pengusaha seperti warna, jenis maupun modelnya masih kurang dikembangkan. Dikarenakan masih berkurangnya kreativitas sumberdaya manusia dan pengusaha merasa cukup dalam pembaruan produk.

Kerajinan rotan selain diproduksi dengan bahan rotan alam juga diproduksi dengan bahan rotan sintetis. Karena semakin sedikitnya pasokan rotan dan mahal biaya bahan baku rotan alam, maka mulai banyak pengusaha yang menggunakan bahan rotan sintetis. Bahan material yang dipakai untuk produksi diantaranya kayu, debog, eceng gondok, rotan sintetis, serta rotan alam, aluminium, stainless, dan lainnya. Untuk bahan rotan sintetis didapatkan dari Semarang, Surabaya, serta Jakarta. Di sisi lain, rotan alam didapatkan dari Luar Jawa yaitu Kalimantan. Material pendukung lain diperoleh dari daerah sekitaran Jepara.<sup>13</sup>

Fokus studi berikut yakni usaha kerajinan rotan di Desa Teluk Wetan yang termasuk industri kreatif sub sektor kerajinan yang ada di Kabupaten Jepara. Seiring dengan adanya keterbatasan bahan baku rotan alam dikarenakan semakin mahal biaya bahan baku rotan alam dan sulit untuk memperolehnya, akhirnya banyak digantikan dengan rotan sintetis. Kemudian, menjadikan pengusaha kerajinan rotan perlunya membangun sikap kewirausahaan seperti dapat mengenali peluang yang ada dipasaran. Hal itu bisa sebagai dasar menuju kesuksesan dalam keberlangsungan industri. Kemampuan

---

<sup>12</sup> A. Khoirul Anam & M. Setyawan, *Strategi Pengembangan Produk Unggulan Daerah Berbasis Kluster Pada Sentra Kawasan Industri Rotan Di Kabupaten Jepara*, Management Development and Applied Research Journal, Vol 1 No 2, Juni 2019, h.2

<sup>13</sup> A.Khoirul A dkk, *Peningkatan Daya Saing UKM Rotan Indah Jepara Menuju Pasar Sasarn Ekspor*, Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat, Vol 3 No 1, Maret 2020, h. 38

seorang wirausaha sangat mempengaruhi perkembangan usahanya. Selanjutnya, permasalahan lainnya sebagian pelanggan kerajinan rotan juga mulai merasa jenuh dengan hasil model rotan yang sudah seperti biasanya dikarenakan inovasi dari para pengrajin masih monoton atau tetap. Sehingga, diperlukan perhatian guna membangun kembali keunggulan persaingan pada industri kreatif kerajinan rotan.

Pada Penelitian Louis Utama Oey Hannes Widjaja, dan Yenny Lego (2020) yang berjudul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Kompetitif pada UKM Industri Kreatif dengan Kapasitas Inovatif sebagai Faktor Mediasi Dalam Masa Pandemi Covid-19”. Bahwa variabel independen orientasi wirausaha berpengaruh signifikan yang artinya orientasi wirausaha yang semakin besar memungkinkan perusahaan yang unggul dalam persaingan juga semakin besar.

Penelitian Fatma Nurussakinah, Akhmad Supriyanto, dan Anna Nur Faidah (2018) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing”. Bahwa kualitas produk serta inovasi produk secara parsial maupun simultan memberi pengaruh positif pada kesempatan untuk unggul dalam persaingan. Selanjutnya, inovasi produk memberikan pengaruh dominan sebesar 53,1% terhadap keunggulan bersaing.

Penelitian Lona Noviani (2020) yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing”. Bahwa Inovasi produk, kreativitas produk, serta kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh signifikan pada kesempatan untuk unggul dalam persaingan. Produk inovatif ciptaan perusahaan dapat membuat profit meningkat. Hal ini sekaligus menjadi cara perusahaan mempertahankan keunggulan bersaing.

Penelitian Wahyu Muhammad Ikhsan (2015) yang berjudul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Industri Keramik Kiara Condong Bandung”. Bahwa orientasi produk inovatif serta orientasi wirausaha secara parsial dan secara simultan memiliki pengaruh signifikan serta positif untuk kesempatan unggul dalam persaingan. Dengan hasil koefisien determinasi sebesar 73,1% yang merupakan kontribusi dari orientasi kewirausahaan dan inovasi produk atas persaingan yang unggul, serta sisa 26,9% mendapat pengaruh dari variabel lainnya yang tidak ada pada studi ini.

Berbeda dengan studi Nanang Wahyudin (2015) yang berjudul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Perguruan Tinggi Swasta (PTS) pada Sekolah Tinggi dan Akademi di Semarang” yang menyebut diantara tiga faktor yang memberi pengaruh pada kesempatan unggul dalam persaingan (adaptabilitas lingkungan, produk inovatif, orientasi pasar). Hanya produk inovatif yang berpengaruh positif tapi tidak signifikan pada kesempatan untuk unggul dalam persaingan.

Penelitian Chyntia Vanessa Djodjobo dan Hendra N. Tawas (2014) yang berjudul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Nasi Kuning di Kota Manado”. Menyatakan Orientasi wirausaha memberi pengaruh positif tapi tidak signifikan atas kesempatan untuk unggul dalam persaingan, tetapi produk inovatif memberikan pengaruh yang positif signifikan atas kesempatan untuk unggul dalam persaingan. Selain itu, kinerja pemasaran dipengaruhi secara positif signifikan oleh keunggulan bersaing. Dalam prosesnya terkadang pengelola usaha masih belum sepenuhnya menerapkan sikap yang inovatif dan keberanian mengambil risiko, maupun sikap agresif bersaing, namun penerapan ide produk bisa mendukung tingkat persaingan dalam usaha.

Dari penelitian diatas bahwa pengaruh orientasi kewirausahaan serta inovasi produk atas kesempatan untuk dapat unggul dalam persaingan memberikan hasil yang berbeda-beda. Terdapat pengaruh signifikan serta positif tetapi ada yang berpengaruh tidak signifikan pada keunggulan bersaing. Dengan begitu, sehingga muncul jurang penelitian. Studi ini bertujuan melakukan analisis perihal berbagai studi sebelumnya dengan sampel, lokasi, serta objek berlainan, dikarenakan hasil dari penelitian berbeda – beda pada beragam studi sebelumnya.

Dari latar belakang yang sudah dijabarkan, dengan begitu pihak yang melakukan penelitian memiliki ketertarikan untuk melaksanakan studi berjudul **“PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN PERSAINGAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pengusaha Sentra Anyaman Rotan Desa Teluk Wetan Kabupaten Jepara)”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang sudah disampaikan, sehingga peneliti bisa membatasi rumusan masalah yang akan dibahas peneliti di pada studi ini adalah yakni:

1. Apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan persaingan industri kreatif kerajinan rotan dalam perspektif ekonomi islam di Desa Teluk Wetan Kabupaten Jepara?
2. Apakah pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan persaingan industri kreatif kerajinan rotan dalam perspektif ekonomi islam di Desa Teluk Wetan Kabupaten Jepara?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan permasalahan, tujuan peneliti dalam melakukan studi ini yakni:

1. Guna mengetahui dan menguji secara empiris pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan persaingan industri kreatif kerajinan rotan dalam perspektif ekonomi islam di Desa Teluk Wetan Kabupaten Jepara.



2. Guna mengidentifikasi serta melakukan pengujian secara empiris pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan persaingan industri kreatif kerajinan rotan dalam perspektif ekonomi islam di Desa Teluk Wetan Kabupaten Jepara.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Studi ini diharap peneliti agar bisa memberi manfaat untuk semua kalangan yang bersangkutan, adapun manfaat studi ini yakni:

1. Bagi Industri

Diharapkan hasil penelitian dapat mengembangkan pikiran bagi semua pengusaha di sentra industri terutama sentra anyaman rotan di Desa Teluk Wetan Kabupaten Jepara sebagai masukan dan pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam meningkatkan usaha yang berkaitan dengan masalah orientasi kewirausahaan, inovasi produk, maupun keunggulan dalam bersaing.

2. Bagi Akademisi

Diharap bisa meningkatkan wawasan sekaligus pengetahuan mengenai industri kreatif bidang kerajinan yang bermanfaat untuk pembaca khususnya di Prodi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang. Sehingga dapat dijadikan referensi untuk para akademisi yang hendak melaksanakan studi berikutnya.

3. Bagi Peneliti

Guna memperoleh banyak pengetahuan dan pengalaman peneliti serta memperluas ilmu pada hal yang berkaitan tentang kewirausahaan dan keunggulan bersaing.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan adalah:

##### **BAB I : Pendahuluan**

Berisi tentang latar belakang permasalahan, perumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

##### **BAB II: Tinjauan Pustaka**

Menguraikan mengenai landasan teori yang meliputi Landasan teori, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran, Hipotesis.

##### **BAB III: Metode Penelitian**

Menjelaskan beragam metode yang dipakai pada studi mencakup jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, populasi, sampel, serta teknik penarikan sampel, operasional variabel sekaligus rencana penelitian serta analisis data.

##### **BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan beserta jawaban dari permasalahan yang dijabarkan pada rumusan permasalahan.

## **BAB V: Kesimpulan dan Saran**

Menerangkan kesimpulan penelitian yang sudah dilaksanakan dan saran hasil penelitian.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Orientasi Kewirausahaan

##### 2.1.1 Definisi Orientasi Kewirausahaan

Pada teori Schumpeter bertolak ukur pada kontribusi pengusaha guna menciptakan pertumbuhan ekonomi. Teori ini memperlihatkan bahwa pengusaha ialah sekelompok orang yang sering melaksanakan pembaruan pada kegiatan ekonomi. Kegiatan tersebut bisa menghasilkan barang – barang modern sesuai kebutuhan masyarakat, efisien produksi barang, memperluas pemasaran, pengembangan faktor modal dan memperbaiki struktur organisasi agar lebih baik dalam kegiatan perekonomian. Dalam teori Schumpeter memiliki asumsi bahwasanya wilayah perekonomian suatu negara sedang tak berkembang. Dari hal itu, sekelompok pengusaha bisa memanfaatkan keadaan untuk melakukan pembaruan supaya meningkatkan laba. Maka, Inti dari teori Schumpeter menyatakan pada keadaan yang belum berkembang akan bisa mendorong untuk mendapatkan pertumbuhan ekonomi yang tinggi.<sup>14</sup>

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Orientasi merupakan sesuatu cara menentukan waktu, tempat, arah, serta sikap yang benar, ataupun cara pandang berdasar kecenderungan, perhatian, serta pikiran. Sedangkan, pengertian kewirausahaan menurut Eddy Soeryanto Sugoto bahwa kewirausahaan ialah usaha yang dibangun dengan kreatif berdasar sikap inovatif demi mendapatkan hal yang baru, terdapat nilai tambah, bermanfaat, dan mencipta lapangan pekerjaan yang *outcome*-nya bisa digunakan untuk diri sendiri maupun oranglain.<sup>15</sup> Jadi, kewirausahaan adalah suatu proses usaha yang dapat dibangun dengan cara kreatif dan inovatif guna mendapatkan hal baru serta nilai tambah dengan beberapa risiko yang hasilnya nanti berguna untuk diri sendiri maupun orang lain.

Menurut Miller, orientasi kewirausahaan merupakan suatu konsep perilaku multi dimensi yaitu dimensi inovasi, dimensi pengambilan risiko, dimensi sikap proaktif.<sup>16</sup> *Entrepreneurial orientation* berdasarkan Lumpkin adalah proses-proses perusahaan mewujudkan keputusan, yang berfokus pada sikap wirausaha. Sedangkan, Gorbuz dan Aykol menyatakan orientasi kewirausahaan ialah bentuk strategi perusahaan yang memperlihatkan bentuk kewirausahaan mereka supaya tetap mempertahankan kelangsungan perusahaan.<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup> Sadono Sukirno, *Makroekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*, Jakarta : Rajawali Pers, 2012. h. 435

<sup>15</sup> Eddy Soeryanto Sugoto, *Entrepreneurship Menjadi Pembisnis Ulun*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2009, h.3

<sup>16</sup> Indriani E. Utomo & Edy I. C., *Model Strategi Penguatan Daya Saing Industri Kreatif Pariwisata Bernilai Kearifan Lokal*, Yogyakarta: Deepublish, 2020, h.31

<sup>17</sup> Hery Pratono, *Ekonomi Perilaku Usaha Kecil: Teori Kewirausahaan, Konsep Perilaku, dan Agenda Penelitian*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2018, h. 44-45

Dengan demikian, orientasi kewirausahaan merupakan mampu tidaknya organisasi untuk melakukan pengelolaan sumber daya supaya dapat menerapkan cara untuk bisa mendapat profit maksimal ketika berwirausaha untuk mempertahankan kelangsungan usahanya.

### 2.1.2 Tipe Kewirausahaan

Hutagalung (2010), menyebut tipe kewirausahaan digolongkan menjadi 4 yakni:

- 1) *The personal achiever*, memiliki karakteristik sebagai berikut:
  - Mempunyai kebutuhan berprestasi
  - Mempunyai kebutuhan akan timbal balik
  - Mempunyai kebutuhan perencanaan dan ketetapan tujuan
- 2) *The supersales person*, mempunyai karakteristik yakni:
  - Mempunyai kemampuan mengerti dan memahami orang lain
  - Mempunyai hasrat membantu orang lain
  - Mempercayai teknik – teknik bersosial amat penting
- 3) *The real manager*, tipe ini mempunyai karakteristik yakni:
  - Ingin bersaing
  - Tegas
  - Berkeinginan untuk lebih terlihat diantara individu lainnya
- 4) *The expert idea generation*, tipe ini memiliki karakteristik yakni:
  - Mau membuat inovasi
  - Suka gagasan – gagasan
  - Intelegensi yang tinggi.

### 2.1.3 Indikator Orientasi Kewirausahaan

Pengertian indikator orientasi kewirausahaan merupakan cara mengetahui ukuran guna menerapkan orientasi kewirausahaan pada suatu perusahaan. Menurut Weerawerdeena (2003) berikut indikator orientasi kewirausahaan:<sup>18</sup>

#### 1) Keinovatifan

Keinovatifan atau berpola pikir inovatif merupakan kecenderungan keterlibatan pada sikap kreatif yang berperan penting bagi kelangsungan usaha. Keinovatifan yang berhasil merupakan kemampuan pelaku usaha mengelola ide inovatifnya yang dapat menghasilkan nilai lebih besar bagi konsumen dan bagi komunitas lingkungan diwaktu

---

<sup>18</sup> Andriyani Suryanita, *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kompetensi Pengetahuan Terhadap Kapabilitas Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran*, Tesis: Universitas Diponegoro Semarang, 2006, h. 13

yang sama pula.<sup>19</sup> Suatu usaha yang inovatif dapat meruntuhkan usaha – usaha yang besar lainnya melalui teknologi – teknologi terbaru.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa keinovatifan adalah suatu hal yang mendorong munculnya pola pikir inovatif demi keberlangsungan usaha untuk meningkatkan keberhasilan usaha tersebut.

## 2) Keproaktifan

*Proactiveness* (proaktif) adalah suatu proses bertindak mengantisipasi mengenai kebutuhan yang akan datang melihat kesempatan baru, baik yang berkaitan atau tidak dengan dioperasikannya perusahaan.<sup>20</sup> Bersikap aktif dan berkontribusi merupakan sikap pelaku usaha yang berani dalam bertindak menghadapi persoalan kedepan atau perubahan kebutuhan yang mungkin terjadi. Menurut Weerawardena (2003) apabila perusahaan berfokus pada sikap proaktif dalam bisnis, dengan begitu perusahaan itu sudah menerapkan kegiatan wirausaha yang secara tidak langsung dapat memicu kinerja yang tinggi. Perusahaan yang memiliki kegiatan wirausaha tinggi berarti menampakkan semangat yang menyala menghadapi hambatan, rintangan, dan tantangan.

Salah satu bentuk proaktif ialah mengenalkan produk yang baru ataupun merek yang baru demi menang ketika bersaing dengan para kompetitornya. Selain itu, hal tersebut juga menjadi bentuk strategi untuk menghapus kegiatan yang tidak memberikan nilai tambah pada konsumen.<sup>21</sup> Bisa diambil kesimpulan, bahwa keproaktifan merupakan ukuran mampu tidaknya perusahaan dalam berinisiatif mengejar kesempatan pasar serta melakukan antisipasi berubahnya pasar di masa mendatang.

## 3) Pengambilan Risiko

Setiap usaha memiliki pasti siap untuk menerima risiko. Risiko ialah konsekuensi atau dampak yang akan merugikan pelaku usaha. Tetapi, dampak yang memunculkan keuntungan tidak dianggap sebagai risiko. Intensitas risiko akan meningkat jika melaksanakan kegiatan bisnis yang mana ingin memperoleh profit berlebih dengan begitu perlu menghadapi resiko besar pula (*high risk, high return*). Oleh karena itu,

---

<sup>19</sup> Darsono, *Op.Cit*, h. 27

<sup>20</sup> Darmanto, *Bauran Orientasi Strategi dan Kinerja Organisasi: Penerapan Variabel Anteseden, Moderasi, dan Mediasi dalam Penelitian Ilmiah*, Yogyakarta: Deepublish, 2015, h. 45

<sup>21</sup> Darmanto, *Op.Cit*, h. 45

proses seorang pengusaha berani mengambil risiko guna mendapatkan hasil yang diharapkan.<sup>22</sup> Berikut 3 ciri perilaku wirausaha dalam mengambil risiko:<sup>23</sup>

- Seorang wirausaha berusaha agar idenya yang kreatif dapat terwujud menjadi kenyataan dalam hasil kreativitas, meskipun mengandung beberapa risiko.
- Mempunyai rasa percaya diri yang tinggi atas dasar perhitungan dan analisis yang rasional.
- Mempunyai pengetahuan yang memadai terkait keputusan yang diambil dan bersifat realitis-pragmatis.

Fungsi pokok dari tingginya orientasi wirausaha ialah cara mendorong keterlibatan ketika mengukur serta mengambil risiko dengan maksimal. Bahwa organisasi yang berani mengambil risiko maka mereka berani strategi baru dalam berbisnis yang sekiranya sangat berpeluang.

#### 2.1.4 Orientasi Kewirausahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam Islam, umatnya dianjurkan untuk memenuhi kebutuhan sendiri tanpa menggantungkan diri dengan pihak lainnya. Berikut semangat dalam berwirausaha yang ada di Al-Qur'an, surah At-Taubah ayat 105:<sup>24</sup>

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۗ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ  
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿التوبة : ١٠٥﴾

*Artinya: Dan katakanlah, "Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan."*(QS. At-Taubah ayat 105 ).

Berdasar ayat diatas, seorang wirausaha muslim paling tidak mempunyai tanda – tanda berikut:<sup>25</sup>

- Rajin mencari sesuatu dibalik ciptaan Allah.
- Taat ibadah dan mempunyai rasa yakin bahwasanya harta ialah punya Allah serta pada harta tersebut terdapat hak orang lain.
- Rajin ikhtiar karna hukumnya wajib mencari harta.
- Menyadari mengenai ciptaan Tuhan.

<sup>22</sup> Agustina T.S, *Op.Cit*, h. 72

<sup>23</sup> Bambang Murdaka Eka Jati & Tri Kuntoro Priyambodo, *Kewirausahaan Technopreneurship untuk mahasiswa ilmu-ilmu eksakta*, Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2015, h. 119.

<sup>24</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Tafsir Perkata Tajwid Kode Angka*, Tangerang Selatan: Kalim, 2010, h. 564

<sup>25</sup> Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen Kewirausahaan Islami*, Yogyakarta: Editie Pustaka, 2016,h. 9

- Rajin berfikir untuk memperoleh ide.
- Bersedia mendapatkan risiko.
- Menyadari semua akhirnya kembali kepada Allah.

Dari penjelasan diatas sejalan terhadap teori kewirausahaan bahwa wirausaha harus mempunyai sikap agar berhasil, antara lain seperti percaya diri, berpandangan dengan hasil dan tugas, keberanian menghadapi resiko, punya jiwa kepemimpinan, punya orientasi kedepan, tekun maupun diselimuti kejujuran. Semangat dalam bekerja merupakan bagian dari jiwa wirausaha, semangat ini seperti bekerja keras, tidak mudah menyerah, dan tak mudah putus asa.<sup>26</sup>

Kewirausahaan dalam perspektif islam adalah aspek dalam bermuamalah yang berhubungan dengan kegiatan antar manusia serta bisa dipertanggungjawabkan di akhirat. Rasulullah mengajarkan umat supaya melakukan bisnis, sebab bisa memunculkan mandiri untuk diri sendiri dan kesejahteraan untuk keluarga, tanpa membuat beban untuk orang lain.<sup>27</sup> Islam sangat memberikan penghargaan pada mereka yang semangat, kerja keras, semangat, kemandirian, serta dilarang putus asa, diselimuti kemalasan, maupun pasrah. Dalam islam, menjalankan wirausaha adalah bersungguh-sungguh dalam memperoleh rizki dari Allah SWT. Praktek bisnis yang baik dan penuh ikhtiar adalah usaha guna mendapatkan bahagia dunia dan akhirat. Bagian muamalah salah satunya diajarkan Al-Qur'an serta Hadist ialah berbisnis dengan benar.<sup>28</sup>

## 2.2 Inovasi Produk

### 2.2.1 Definisi Inovasi Produk

Suwarman (2010) sikap inovatif ialah objek, praktik, maupun ide, yang dimaknai menjadi suatu yang baru dari tiap-tiao perorangan ataupun unit pemakai lain. Sedangkan, Amabile dkk (1996) menyatakan bahwa inovasi merupakan konsep general yang menguraikan mengenai implementasi suatu proses barum produk, ataupun gagasan. Jadi, inovasi produk merupakan menghasilkan produk baru yang bisa mencukupi keinginan serta kebutuhan pelanggan yang bisa memunculkan keinginan membeli produk tersebut.<sup>29</sup> Karna saat ini semakin banyak produk beragam yang ditawarkan perusahaan dengan keunggulan tiap-tiapnya. Dari hal itu, pelanggan akan lebih selektif dalam melakukan pemilihan produk yang

---

<sup>26</sup> Choirul Huda, *Etos Kerja Pengusaha Muslim*, Jurnal Economica, Vol 7 Edisi 2, 2016, h. 90-91.

<sup>27</sup> Kamilah & Fadhilah, *Marketing Syariah: Hubungan antara Agama dan Ekonomi*, Banyuwangi: LPPM Institut Agama Islam Ibrahimy, 2017, h. 27

<sup>28</sup> Bambang Widjanarko dkk, *Kumpulan Khotbah Bisnis dan Keuangan Syariah*, Surabaya: OJK, 2015, h. 97

<sup>29</sup> Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Predana Media, 2003, h. 398-399.

berkesesuaian. Dengan demikian, organisasi bisa saling berkompetisi untuk menciptakan produk-produk yang berkembang agar dilirik pelanggan demi perkembangan organisasi.

Inovasi yang muncul di sebuah industri disebabkan oleh keberadaan faktor penunjang contohnya kesamaan tampilan produk dengan competitor, kesamaan jenis usaha, penurunan pendapatan, kehendak pelanggan, serta permintaan pelanggan. Dengan demikian, pengusaha harus berinovasi supaya bisa mengalami kemajuan dibanding pesaingnya, jika mempunyai nilai lebih yang dilihat sebagai nilai tambah untuk pelanggan. Dengan menciptakan produk berkualitas, industri perlu meningkatkan pengembangan produk yang sudah dikerjakan, menjadikan produk yang dikembangkan bisa dilakukan inovasi yang berkelanjutan.

Inovasi produk termasuk salah satu fungsi krusial untuk keberlangsungan produk dalam usaha karna memiliki kelebihan dalam hal produknya serta menentukan keunggulan dalam suatu industri. Guna mempertahankan konsumen berarti perusahaan mengerti bagaimana memberikan kepuasan ketika memenuhi keinginan sekaligus kebutuhan konsumen lebih dari yang diberi oleh kompetitor lainnya, sedangkan untuk mendorong peningkatan jumlah konsumen suatu organisasi perlu peluang yang ada dan strategi menambah konsumen baru. Kesuksesan dalam berinovasi dengan produk perlu disesuaikan juga lingkungan serta prosesnya yang memberikan dukungan. Fokus pokok dari dilaksanakannya inovasi produk yakni penciptaan berbagai gagasan baru yang setelahnya diimplementasikan pada proses ataupun produk baru.

#### 2.2.2. Tipe Inovasi

Kotler dan Bes menyebutpendekatan terhadap mengembangkan produk baru berdasarkan asumsi pasar tetap, ialah:<sup>30</sup>

a) Inovasi berdasar modulasi

Inovasi bahwasanya ciri mendasar dari suatu produk harus ditambah ataupun dikurangi. Secara umum hal ini merujuk pada ciri fisik ataupun fungsional.

b) Inovasi berdasar ukuran

Inovasi dengan memperkenalkan produk baru ke pasaran dengan tidak melakukan perubahan selain pada volume atau ukurannya.

c) Inovasi berdasar kemasan

Inovasi dengan cara produknya dikemas yang bisa memperlihatkan adanya perubahan di pandangan pelanggan mengenai fungsi ataupun manfaat produk ataupun jasa.

d) Inovasi berdasar desain

---

<sup>30</sup> Kotler dan Bes, *Leteral Marketing*, Jakarta: Erlangga, 2004, h. 31



Inovasi ketika ukuran, kemasan, ataupun produk yang diperdagangkan serupa, tapi tampilan ataupun desainnya diperbaiki menjadi lebih baik.

e) Inovasi berdasar dikembangkannya material pelengkap

Inovasi dengan menambah bahan – bahan komplementer dari produk dasar.

f) Inovasi berdasar dikurangnya usaha

Inovasi yang tidak mendorong perubahan pada jasa ataupun produk, tapi menambah ukurannya di pasaran.

Adapun baru bagi inovasi produk dilihat dari berbagai perspektif, antara lain:

- Baru dari Perspektif Perusahaan

Perspektif ini perusahaan belum pernah memproduksi produk sebelumnya, atau bahannya baru, ataupun bisa menambah bahan – bahan baru pada produk tersebut yang belum ada diproduksi sebelumnya.

- Baru dari Perspektif produk

Berarti dalam perspektif ini memperlihatkan dimana atribut atau bahan – bahan ada pada produk baru itu sendiri serta pengaruhnya pada sikap pelanggan.

- Kebaruan Berdasarkan Pandangan Pelanggan

Perspektif baru bagi konsumen adalah apabila suatu produk memberikan manfaat baru yang berlainan dari beragam produk yang telah ada di pasaran terdahulu.

### 2.2.3 Indikator Inovasi Produk

Lucas dan Ferrel (2000), menyebut inovasi produk adalah proses dalam menerapkan teknologi mutakhir ke dalam suatu produk secara nyata.<sup>31</sup> Berikut penjelasan beberapa indikator inovasi produk:

- 1) Peniruan Produk

Peniruan produk ialah produk yang dianggap baru diperusahaan tetapi sudah dikenal umum dipasaran.

- 2) Perluasan Produk

Perluasan produk ialah produk yang tidak baru untuk organisasi tapi dianggap baru dipasaran.

- 3) Produk Baru

Produk baru ialah produk yang dikenal masih baru berdasarkan pandangan organisasi serta berdasarkan perspektif pasar. Produk baru berperan penting pada peningkatan keuntungan perusahaan.

---

<sup>31</sup> Adi Sismanto, *Analisis Pengaruh Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran*, Tesis: Universitas Diponegoro Semarang, 2006, h.34

Dengan adanya inovasi, seorang pengusaha dapat melakukan perubahan positif terhadap produknya untuk kemajuan usahanya. Sekarang ini, banyak perusahaan yang sudah mengeluarkan produknya yang beragam dengan manfaat berbeda – beda. Melihat pula persaingan akan inovasi produk yang semakin kompetitif, perusahaan harus mampu mengembangkan keunggulan dalam inovasi produknya sehingga dapat bersaing dengan pengusaha lainnya.

#### 2.2.4 Inovasi Produk Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Inovasi merupakan hal yang diperlukan dalam sebuah bisnis. Disebabkan semakin berkembangnya pemikiran para pengusaha untuk menghasilkan produk yang unik dan memiliki manfaat berbeda pada produk yang sudah ada dipasaran sebelumnya. Dalam islam sudah diajarkan bahwa Allah SWT telah memberikan akal, supaya manusia dapat merangsang akal pikiran untuk melakukan inovasi didalam berbagai bidang. Adapun ayat Al-Qur'an terkait inovasi QS. Ar-Rad ayat 11 yakni:<sup>32</sup>

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ ﴿الرعد : ١١﴾

Makna ayat tersebut ialah Allah menyampaikan bahwasanya keadaan seorang manusia tidak bisa bertransformasi selama mereka tidak berusaha mengubah kehidupan mereka sendiri. Sama halnya terjadi saat seseorang ingin mulai sebuah usaha dimana mereka tidak bisajadi pebisnis sukses jika tidak disertai kuatnya niatan dalam melakukan usaha tersebut. Tetapi, kadang pola pikir seseorang melakukan usaha dalam mencapai impiannya sering berubah dikarenakan mereka masih takut akan hal – hal yang mereka belum pernah mencoba. Maka, dalam hal ini perlunya mengubah pola pikir dengan mempelajari wawasan baru dan cara untuk memiliki paradigma inovatif dalam berwirausaha. Oleh sebab itu, berwirausaha menggunakan pola pikir yang inovatif bisa menghasilkan hal baru dan memberi keuntungan yang baik demi kelangsungan usaha.

### 2.3 Keunggulan Persaingan

#### 2.3.1 Definisi Keunggulan Persaingan

Michael Porter menyebut *competitive advantage* sebagai ukuran mampu tidaknya perusahaan mendapatkan profit ekonomi diatas profit yang bisa didapatkan kompetitor di dalam pasar pada industri serupa.<sup>33</sup> Organisasi mempunyai kelebihan persaingan seharusnya mempunyai kemampuan untuk paham atas transformasi strukturisasi pasar dan dapat

---

<sup>32</sup> At-Tanzil, *Op.Cit*, h. 370

<sup>33</sup> Aprizal, *Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing(Studi Kasus Penjualan Komputer)*, Makassar: Celebes Media Perkasa, 2018, h. 48

memutuskan strategi pasar dengan efektivitas tinggi. Perusahaan yang mencermati kinerjanya dan memiliki upaya memajukan kinerja yang berpeluang memperoleh posisi kompetisi lebih baik, sebetulnya organisasi sudah mempunyai modal kuat dalam persaingannya dengan organisasi lainnya.

Peter Senge menyatakan kelebihan persaingan yang terus bertahan artinya organisasi mampu mempelajari pesaing dengan kecepatan lebih baik.<sup>34</sup> Tujuan keunggulan bersaing ialah fokus utama mencapai kesuksesan dalam kegiatan kewirausahaan melakukan perdagangan, produksi, maupun distribusi dalam mengolah barang jadi menjadi barang dalam bentuk baru. Keunggulan dalam melakukan persaingan adalah tempat yang unik ditingkatkan organisasi untuk bersaing dengan pesaingnya serta kemungkinan organisasi bisa unggul secara stabil dan kontinyu.<sup>35</sup> Demikian, keunggulan persaingan ialah mampu tidaknya sebuah organisasi dalam memberikan nilai atas produk yang dihasilkannya melebihi pesaing yang ada dan nilai itu dapat bermanfaat untuk pelanggan.

Industri saling bersaing guna menarik perhatian para pembeli dengan memperoleh nilai yang lebih baik diberikan pada pelanggan demi menang atas kompetisi usahanya. Hal tersebut mengakibatkan industri perlu menyiapkan strategi yang tepat untuk mewujudkan tujuan yang diharapkan. Industri bisa dikatakan berhasil jika produk yang diharapkan sesuai harapan konsumen atau pembeli. Jadi, tiap industri perlu paham apa keinginan konsumen saat ini dan dimasa depan. Maka dari itu, sukses tidaknya industri begitu bergantung kepada kelebihan dalam persaingan yang dipunya suatu industri.

### 2.3.2 Indikator Keunggulan Persaingan

Longenecker, Moore, dan Petty (2003) mengemukakan terdapat indikator keunggulan dalam bersaing atau persaingan sebagai berikut:<sup>36</sup>

#### 1) Biaya / Harga

Harga ialah nilai barang yang dinyatakan dengan bentuk uang. Dalam menghadapi persaingan yang semakin tinggi pastinya sangat terasa dalam *buyers market* (pasar pembeli), peran harga sangat penting menjaga dan meningkatkan perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan laba perusahaan. Berarti, ketetapan harga berpengaruh terhadap kemampuan bersaing dan kemampuan perusahaan untuk mempengaruhi

---

<sup>34</sup> Darmanto & Wardaya, *Manajemen Pemasaran untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*, Yogyakarta: Deepublish, 2016, h. 113

<sup>35</sup> Sunyoto, *Keunggulan Bersaing*, Yogyakarta: CAPS, 2015, h. 1

<sup>36</sup> Mirza, *Pengaruh Lingkungan Eksternal dan Lingkungan Internal Terhadap Strategi Bersaing dan Strategi Kemitraan serta Dampaknya Pada Keunggulan Bersaing dan Implikasinya Pada Kinerja Industri Kecil dan Menengah di Sumatra Barat*, *Journal of Economics and Business*, Vol 1 No 3, Desember 2011, h. 35

pembeli.<sup>37</sup> Fungsi penetapan harga bisa krusial dalam kondisi bersaing secara tajam serta *demand* yang memiliki keterbatasan.

## 2) Keunikan produk

Strategi untuk meraih pangsa pasar adalah memasok produk yang jarang dimiliki oleh kompetitor, unggul serta baik.<sup>38</sup> Keunikan suatu produk yang diciptakan suatu organisasi bisa menjelma sebagai karakteristik yang berbeda dibandingkan hasil dari kompetitor lainnya. Suatu cara untuk menarik konsumen adalah menghasilkan produk berbeda dari pesaingnya. Bukan hanya berbeda tapi produknya perlu memiliki kualitas bagus agar produk tersebut banyak diminati konsumen.

## 3) Kualitas Produk

Kualitas produk menggambarkan bagaimana perusahaan dapat memberikan *outcome* berupa barang yang bermutu hingga bernilai tinggi untuk konsumen.<sup>39</sup> Berikut kelebihan mutu produk ialah mudah tidaknya penggunaannya, hasil manfaatnya, dan biaya yang perlu dikeluarkan dalam pemakaian barang tersebut.<sup>40</sup>

### 2.3.3 Keunggulan Persaingan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Seorang muslim perlu memahami dalam hal persaingan dilarang untuk berbuat dengan menghalalkan segala cara untuk memenangkan persaingan. Islam telah mengajarkan kepada umatnya yang hendak melaksanakan bisnisnya supaya terus melakukan beberapa hal diantaranya: Pertama, melaksanakan kompetisi dengan sehat. Kedua, bersikap jujur saat bertransaksi. Ketiga, bersikap keterbukaan. Dan, keempat, bersikap adil dengan konsumen.

Dalam islam menunjang kompetisi yang tidak kotor, dengan cara bersaing perihal kebaikan. Maka dari itu, bagi seorang muslim unggul dalam bersaing yaitu dengan berebut menjadi terbaik perihal produk berkualitas, harga bersaing dengan tidak merugikan konsumen, serta pelayanan yang baik. Tanpa mengerjakan sesuatu usaha yang merugikan pihak lain dan merugikan diri sendiri. Dengan hal itu, pasti memberi dampak baik bagi pengusaha muslim itu sendiri. Seperti, yang ada pada firman Allah. QS Al-Baqarah ayat 148:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ؕ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا ؕ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

*Artinya: “Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada*

---

<sup>37</sup> Assauri S, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2017, h. 223

<sup>38</sup> Aprizal, *Op. Cit*, h. 51

<sup>39</sup> Aprizal, *Op.Cit*, h.4 8

<sup>40</sup> Darmanto dan Wardaya, *Op.Cit*, h. 116

*pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”.*<sup>41</sup> (Q.S Al-Baqarah ayat 148)

Melalui ayat itu menyebutkan sesama umat muslim tidak berarti pesaing tetapi partnership guna melakukan kebijakan ketika berusaha secara bersama-sama, dikarenakan ummat ialah sebuah kesatuan. Islam telah menasihati banyak pebisnis untuk memberikan kebajikan pada semua hal, termasuk pebisnis muslim yang diperintahkan supaya berkontribusi baik ketika bersaing serta berupaya untuk bersaing tanpa memberikan kerugian ataupun mudharat kepada pihak lainnya. Karena dalam Islam pada dasarnya berusaha mendorong semua umat supaya maju bukan tertinggal.

Pada hadist juga diuraikan kompetisi pada suatu usaha

إِبْنُ عَبَّاسٍ قَالَ : نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

“Dari Ibnu Abbas, ia berkata: Rasulullah saw., telah melarang untuk melakukan jual beli yang licik (menipu)” (HR. IbnuMajah).<sup>42</sup>

Dari hadits tersebut sudah jelas bahwasanya sebagai pebisnis ketika melakukan suatu usaha saat bersaing untuk tidak saling menipu. Akhirnya, sikap tersebut dapat berkompetisi pada hal baik. Bersaing juga bisa dinamakan *fastabiqul khairat* (bersaing positif). Selain itu, para pebisnis juga wajib memiliki prinsip dalam berkompetisi bahwa kompetisi bukan menjadi ajang demi membuat jatuh pebisnis lain. Namun, sebagai pebisnis harus memberi semaksimal mungkin bagi usaha yang dijalankannya. Dengan melakukan hal seperti itu para pesaingnya tidak membuat diri sendiri penuh keserakahan dengan berkompetisi demi mendapat profit di dunia yang melimpah. Dikarenakan adanya perilaku seperti itu, maka manusia menjadi penuh kelalaian.

Dengan demikian, ketika suatu persaingan dilakukan secara sehat maka tentunya menimbulkan persaingan usaha yang sehat pula, tapi kalau persaingan dilakukan dengan tidak sehat maka tentu akan menyebabkan kerugian beberapa pihak. Maka, dalam Al-Qur’an maupun Hadist selalu mengajarkan terjadinya kompetisi atau persaingan dalam hal kebajikan.

## 2.4 Industri Kreatif

Pada ekonomi kreatif berbicara perihal yang luas yaitu seluruh aspek yang memiliki tujuan peningkatan daya saing menggunakan kreativitas manusia dipandang dari kacamata ekonomi. Ekonomi kreatif adalah konsep perekonomian baru yang dicampurkan kreativitas serta informasi yang mengutamakan gagasan, ide, ataupun pengetahuan manusia sebagai faktor produksi. Sehingga, industri

---

<sup>41</sup> Departmen Agama RI, *Op.Cit*, h. 302

<sup>42</sup> Muhammad Nashiruddin, *Shahih Sunan Ibnu Majah*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), Cet 1, h. 316.

kreatif ialah bagian ekonomi kreatif yang terfokus oleh industrinya masing – masing. Adapun pengertian industri kreatif berdasarkan Departemen Perdagangan RI :

“Industri asalnya berdasarkan penggunaan kreativitas, ketrampilan, bakat individual guna menghasilkan kemakmuran serta menciptakan lapangan kerja dengan cara menciptakan serta memanfaatkan daya cipta sekaligus kreasi individual itu.”<sup>43</sup> Jadi, Industri kreatif merupakan suatu kegiatan ekonomi dimana berkaitan dengan penciptaan atau hasil dari kreativitas manusia individu yang berguna menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan.

Komitmen untuk membangun perekonomian berbasis kreativitas sudah diawali sejak Presiden ke-6 Indonesia. Berkembangnya industri kreatif di Indonesia telah di tuangkan pada instruksi Presiden Republik Indonesia no 6 Tahun 2009 terkait pengembangan ekonomi kreatif. Setelah. Pengelolaan ekonomi kreatif lepas dari Kementrian Pariwisata. Presiden Joko Widodo membentuk Bekraf (Badan Ekonomi Kreatif) yang memiliki tugas salah satunya mensinkronisasi kebijakan ekonomi kreatif terhadap 18 sub sektor yang dirancang panjang hingga 2025. Pada 2015 lalu, Industri kreatif awalnya terbagi atas 15 sub sektor. Sekarang ini, industri kreatif telah bertambah menjadi 18 sub sektor (industri) antara lain : (1) desain, (2) arsitektur, (3) fotografi, (4) animasi, (5) musik, (6) televisi dan radio, (7) mode, (8) pengembangan dan penelitian, (9) perfilman, (10) periklanan, (11) penerbitan, (12) video, (13) teknologi informasi, (14) kuliner, (15) permainan interaktif , (16) seni pertunjukkan, (17) seni rupa, (18) seni kriya/ kerajinan. Di Indonesia industri kreatif perlu dikembangkan karena memiliki banyak potensi, antara lain:<sup>44</sup>

- Bisa berkontribusi menunjang perekonomian secara signifikan, diantaranya yakni meluasnya lapangan kerja, meningkatkan ekspor, serta sumbangan pada PDB.
- Membangun identitas bangsa seperti ikon nasional, nilai lokal, warisan budaya.
- Menciptakan kreativitas dan inovasi guna keunggulan kompetitif suatu bangsa.

Dalam industri kreatif tidak hanya memberikan kontribusi aspek ekonomi saja, tetapi memberi dampak positif terutama sebagai identitas bangsa dan tumbuhnya inovasi anak bangsa serta dampak sosial lain. Sehingga, inisiatif pemerintah untuk tetap berkembangnya industry kreatif diantaranya:<sup>45</sup>

- a) UU No. 5 Tahun 1984 mengenai Perindustrian, pada Bab IV Pasal 17 menyebut Desain produk industri memperoleh lindungan hukum.
- b) UU No. 31 Tahun 2000 mengenai Desain Industri dalam Perlindungan HAKI.
- c) Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 20/MPP/Kep/I/2001 Tentang Pembentukan Pusat Desain Nasional (PDN).

---

<sup>43</sup> Mari Elka Pangestu, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*, Jakarta: Departemen Perdagangan RI, 2008, h. 1

<sup>44</sup> Gogi Kurniawan, *Kewirausahaan Di Era 4.0*, 2019, Banyumas: Sasanti Institue, h. 18

<sup>45</sup> Mari Elka Pangestu, *Op.Cit*, h. 7

Dalam menghadapi persaingan lokal maupun internasional industri kreatif, suatu industri perlu mempunyai kekuatan bersaing yang tinggi seperti *value chain* (rantai nilai) dengan efektivitas tinggi. Rantai nilai ini adalah kunci dari kelebihan dalam persaingan yang bisa membuat perusahaan mendapat keuntungan. Adapun ciri – ciri keunggulan industri kreatif adalah suatu usaha sebagai berikut:<sup>46</sup>

- Menghasilkan bermacam – macam desain kreatif yang ada pada produk barang ataupun jasa yang telah diproduksi.
- Industri yang umumnya hasil dari teknologi informasi yang bisa menjadi solusi masalah kehidupan masyarakat sehari – hari.

#### 2.4.1 UMKM pada Industri Kreatif

Industri ialah bagian dari usaha masyarakat berkaitan produksi, distribusi, konsumsi, pertukaran produk atau jasa dari suatu area tertentu. Industri termasuk salah satu pilar pengembangan industri kreatif pada UMKM. Pengertian UMKM berdasarkan Undang – Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 ialah :<sup>47</sup>

- Usaha mikro ialah usaha ekonomi dilaksanakan individual ataupun organisasi yang memiliki kriteria usaha kecil seperti tercantum pada perundangan tersebut.
- Usaha kecil ialah usaha perekonomian yang berdiri sendiri, dilaksanakan individual ataupun organisasi dan bukan merupakan cabang ataupun anak perusahaan yang dipunyai ataupun jadi komponen secara langsung ataupun tidak dari industri menengah maupun besar yang sesuai dengan kriteria industri kecil sesuai perundangan tersebut.
- Usaha menengah ialah industri perekonomian produktif dilaksanakan secara individual ataupun oleh organisasi dan bukan merupakan cabang ataupun anak perusahaan yang dipunyai ataupun komponen secara langsung ataupun tidak dari industri kecil maupun besar yang sesuai kriteria industri menengah seperti tercantum dalam perundangan tersebut.

Dalam Undang – Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 pasal 6, berdasarkan kekayaan dan hasil penjualan UMKM dibagi sesuai kriteria yakni:

- a. Usaha mikro ialah industri yang mempunyai asset terbanyak sebesar Rp 50 juta tanpa bangunan ataupun tanah usaha dan hasil penjualannya setahun terbesar Rp 300 juta.

---

<sup>46</sup> Ketut Darmana, *Pengembangan Industri Kreatif dan Persaingan Pasar Global Masyarakat Ekonomi ASEAN dalam Menghadapi Bonus Demografi 2045 Di Indonesia*, Jurnal Seminar Nasional 6<sup>th</sup> UNS SME's & Awards 2017, h. 118-119.

<sup>47</sup> Tulus Tambunan, *UMKM di Indonesia*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), h. 16

- b. Usaha kecil ialah usaha yang mempunyai nilai asset lebih dari Rp 50 juta – Rp 500 juta tanpa bangunan sekaligus tanah usaha dan hasil bisnis setahun rentang Rp 300 juta – 2,5 miliar.
- c. Usaha menengah ialah perusahaan mempunyai nilai kekayaan bersih sekitar Rp 500 juta – Rp 100 miliar dan hasil bisnis tiap tahun lebih dari Rp 2,5 milyar – Rp 50 milyar.

Adapun berdasar BPS, usaha mikro ialah usaha dengan jumlah karyawan tetap mencapai empat orang, usaha kecil dari 5 – 19 orang, usaha menengah dari 20 – 99 orang pekerja. Sedangkan, perusahaan yang jumlah pekerja lebih dari 99 orang termasuk usaha besar.

- Jenis – jenis UMKM

Berdasarkan keputusab Presiden No. 127 Tahun 2001 terkait jenis industri terbuka untuk usaha kecil serta menengah, antara lain:<sup>48</sup>

- a. Industri kuliner, minuman, dan olahan dengan melakukan proses pengawetan, pengasinan, perebusan, fermentasi, dan sebagainya dengan cara tradisional.
- b. Industri penyempurna benang dari serat buatan jadi benang yang memiliki motif, ikat dengan alat yang dipakai di tangan.
- c. Industri tekstil seperti tenun, rajut, batik, border, dan lain sebagainya.
- d. Olahan hasil hutan dan kebun seperti bahan bangunan, kayu, sabut, sutra alam, kulit kayu, dan lainnya.
- e. Industri perabot tangan yang diproses manual guna tukang bangunan dan alat pemotongan.
- f. Industri perkakas tangan bagi pertanian seperti diperlukan guna proses produksi, panen, dan setelah panen, serta pengolahan lainnya kecuali cangkul, sekop.
- g. Industri produk tanah liat di glasir atau tidak guna kebutuhan rumahtangga.
- h. Industri jasa perbaikan sekaligus pemeliharaan seperti alat elektronik, otomotif, serta alat rumah tangga yang dibuat dengan tangan.
- i. Industri kerajinan/kriya yang mempunyai kekhasan daerah, nilai seni, bahan baku alami atau buatan, dan pedagangnya dengan skala kecil serta informasi.

- Peranan UMKM

Sentra dalam suatu industri merupakan pusat kegiatan di kawasan tertentu yang mana terdapat UMKM yang menggunakan bahan baku dan sarana sama, menghasilkan produk sama dan juga mempunyai prospek guna berkembang. Oleh karena itu, UMKM menggunakan peranan krusial pada pembangunan serta dan tumbuhnya perekonomian, tak Cuma berbagai negara berrkembang melainkan juga pada negara maju. Pada suatu negara, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tak

---

<sup>48</sup> *Ibid*, h. 15



hanya menyerap pekerja lebih banyak daripada usaha besar. Akan tetapi kontribusinya pada peningkatan PDB juga tertinggi daripada peranan industri besar.<sup>49</sup>

Maka dari itu, bisa disimpulkan bahwa jenis UMKM dimaksud pada studi adalah industri kerajinan yang mempunyai kekhasan daerah, nilai seni, bahan baku alami atau buatan, serta sebagai penopang ekonomi daerah maupun masyarakat setempat.

#### 2.4.2 Industri Kerajinan Rotan

Menurut Jasni dan Rahman (2006) rotan dalam dunia dagang luar negeri biasa disebut *rattan*, yang diambil dari bahasa Melayu ialah rautan yang bermula dari kata raut. Rautan memiliki arti benda yang didapatkan dengan meraut, dikupas, dilicinkan dengan pisau atau alat yang tajam. Benda itu lalu bisa dibuat tali ikatan atau rakitan menjadi benda bisa digunakan untuk perabot rumah tangga seperti kursi, meja, maupun bermacam – macam keranjang.<sup>50</sup> Sedangkan, kerajinan atau biasa disebut seni kriya sering dipandang sebagai sebuah produk hasil dari ketrampilan tangan. Kerajinan berasal dari kata “kriya dan craft” yang mempunyai arti etimologi berbeda. Namun, secara umum mempunyai pengertian sama ialah berkaitan membuat suatu bentuk benda menggunakan tangan<sup>51</sup>. Dalam industri kreatif, sub sektor kerajinan ialah kegiatan dimana bersangkutan dengan produksi, kreasi, distribusi yang dibentuk dan dihasilkan melalui tangan pengrajin yang mulai mendesain awal hingga akhir pembuatan produknya selesai. Sehingga, kerajinan rotan terlahir dari sifat rajin dan terampilnya tangan individu dengan menghasilkan benda – benda pakai ataupun benda - benda hiasan yang bahan dasarnya dari rotan.

Kerajinan rotan di Indonesia tersedia dari bersifat kebutuhan hingga hanya sebatas hiasan. Hasil dari produksi rotan biasanya berupa barang mebel contohnya kursi, meja, rak, dan sebagainya. Cara mengolah rotan supaya menjadi kerajinan tangan ialah dengan menganyam. Adapun beberapa hasil kerajinan rotan dengan menganyam seperti saringan, kipas, hiasan dinding, dan lain lain. Dalam teknik menganyam sendiri bermacam – macam, antara lain :

- 1) Anyaman Tunggal yaitu menganyam rotan dengan teknik dilakukan satu per satu, biasanya digunakan saat akan membuat tampah dan saringan.
- 2) Anyaman Bilik yaitu cara menganyam dengan silang dan urut, biasanya untuk membuat gedek atau bilik (ruangan yang memiliki sekat).
- 3) Anyaman Teratai yaitu cara menganyam yang hasil terakhir menjadi kerajinan bersifat indah, seperti untuk membuat hiasan pada di dinding rumah.

---

<sup>49</sup> *Ibid*, h. 1

<sup>50</sup> Suryanto, *Analisis Usaha Pada Industri Kerajinan Rotan Di Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo*, Skripsi : UNS, 2014, h.9.

<sup>51</sup> Pangestu, *Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*, Departemen Perdagangan RI, 2008, h. 98.

Karakteristik rotan umumnya memiliki diameter 2 – 5 cm, ruasnya panjang dan tidak mempunyai rongga. Tentu, rotan yang digunakan tidak terlalu tua maupun muda. Rotan yang berguna untuk kerajinan tangan minimal berusia 13 bulan dan dikeringkan terlebih dahulu, karena rotan memiliki zat yang disukai rayap. Mengeringkan rotan sekitar selama 2 – 3 minggu. Ketika ingin memuat kerajinan rotan berupa kursi dapat digunakan minimal 6 buah rotan. Sedangkan untuk membuat sofa yang lebih besar, bahan yang digunakan jadi 2 kali lipat. Finishing terakhir kerajinan rotan umumnya dibubuhi vernis supaya dipandang lebih menarik.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa dukungan jurnal dan skripsi untuk sebuah penelitian yang dapat dikatakan lebih akurat, seperti yang sudah dituangkan di latar belakang masalah. Berikut berbagai hasil dilakukannya uji dan studi sebelumnya bisa diamati pada table 2.1:

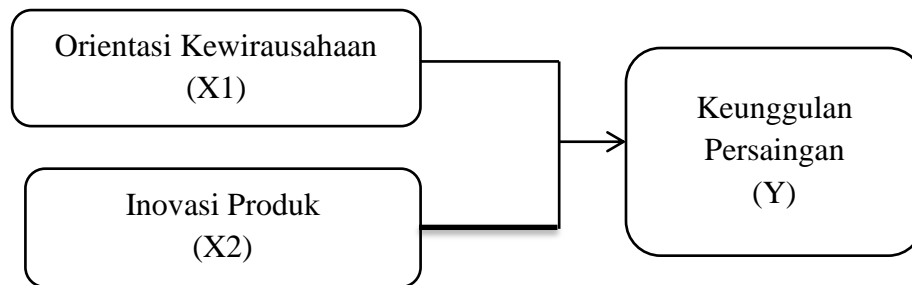
**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul	Hasil	Alat Analisis
1	Louis Utama, Oey Hannes Widjaja, dan Yenny Lego (2020)	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Kompetitif pada UKM Industri Kreatif dengan Kapasitas Inovatif sebagai Faktor Mediasi Dalam Masa Pandemi Covid-19	Variabel independen orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan yang berarti makin besar orientasi wirausaha yang dipunyai, maka makin besar pula organisasi yang memiliki kesempatan kompetitif yang unggul. Penerapan orientasi wirausaha yang inovatif bisa memberikan hasil terbaik.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian konklusif</li> <li>• Skala Likert</li> <li>• Metode Partial Least Square (PLS)</li> <li>• Uji Mediasi</li> <li>• Uji Hipotesis</li> </ul>
2	Fatma Nurussakinah, Akhmad Supriyanto, dan Anna Nur Faidah (2018)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing	Kualitas produk serta inovasi produk secara parsial maupun simultan memberi pengaruh pada kesempatan dalam persaingan yang unggul. Inovasi produk memberikan pengaruh dominan sebesar 53,1% terhadap keunggulan bersaing.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skala Likert</li> <li>• Uji Validitas</li> <li>• Uji Reliabilitas</li> <li>• Analisis Regresi Linier Berganda</li> <li>• Uji t</li> <li>• Uji F</li> </ul>
3	Wahyu Muhammad Ikhsan	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk	Inovasi produk serta orientasi wirausaha secara parsial dan simultan memberi pengaruh	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uji Normalitas</li> <li>• Uji</li> </ul>

	(2015)	Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Industri Keramik Kiara Condong Bandung	signifikan serta positif pada kesempatan untuk unggul dalam persaingan.	Heteroskedastitas <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisis regresi</li> <li>• Uji t</li> <li>• Uji f</li> </ul>
4	Lona Noviani (2020)	Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing	Kualitas, kreativitas, serta inovasi produk secara bersamaan memberi pengaruh signifikan pada kesempatan untuk unggul dalam persaingan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uji Validitas</li> <li>• Uji Reliabilitas</li> </ul>
5	Nanang Wahyudin (2015)	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Perguruan Tinggi Swasta (PTS) pada Sekolah Tinggi dan Akademi di Semarang	Diantara tiga faktor yang memberi pengaruh pada kesempatan untuk unggul dalam persaingan (adaptabilitas lingkungan, inovasi produk, serta orientasi pasar). Hanya variabel inovasi produk yang memberi pengaruh positif tapi tidak signifikan pada kesempatan untuk unggul dalam persaingan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Structural Equation Modelling (SEM)</li> </ul>
6	Cynthia Vanessa Djodjono dan Hendra N. Tawas (2014)	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Nasi Kuning di Kota Manado	Orientasi wirausaha berpengaruh positif tetapi tidak signifikan pada kesempatan untuk unggul dalam persaingan, tetapi inovasi produk memberikan pengaruh yang positif signifikan pada kesempatan untuk unggul dalam persaingan, kesempatan untuk unggul dalam persaingan memberi pengaruh yang signifikan dan positif pada kinerja pemasaran.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skala Likert</li> <li>• Uji validitas dan reliabilitas</li> <li>• Uji multikolinieritas</li> <li>• Uji heteroskedastisitas</li> <li>• Uji normalitas</li> <li>• Program SPSS 22.0</li> </ul>

## 2.6 Kerangka Teori

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritik



Gambar 2.1 mengungkapkan dan menjelaskan persepsi-persepsi keterkaitan antar variabel. Gambar diatas menunjukkan bahwa variabel independen (X1) dan (X2) pada studi berikut yaitu Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk sedangkan variabel dependent nya (Y) Keunggulan Persaingan. Variabel yang akan diteliti ialah (1) Orientasi Kewirausahaan, orientasi kewirausahaan merupakan mampu tidaknya organisasi ketika melakukan pengelolaan sumber daya supaya dapat melaksanakan cara yang tepat dalam menjalankan usahanya untuk mempertahankan kelangsungan usahanya (2) Inovasi Produk, inovasi produk merupakan menciptakan gagasan – gagasan yang baru, yang kemudian bisa diterapkan pada produk ataupun proses baru (3) Keunggulan Persaingan, keunggulan persaingan merupakan kemampuan perusahaan memberi nilai melebihi produk pesaing serta nilai itu dapat bermanfaat untuk konsumen.

## 2.7 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban temporal dalam rumusan permasalahan pada penelitian.<sup>52</sup> Dengan menentukan dasar pola pikir yang sifatnya berbasis teori serta berdasar studi empiris yang sudah pernah dikerjakan perihal dengan penelitian di bidang ini. Oleh kaarena itu, diajukan hipotesis sementara dari penelitian ini sebagai berikut:

2.7.1 Variabel orientasi kewirausahaan diduga memberi pengaruh positif pada keunggulan persaingan industri kreatif di kerajinan rotan

Dalam persaingan yang semakin kompetitif dan inovatif, memiliki dampak bagi industri agar semakin dinamis mengikuti zaman. Agar bisa bertahan pada ketatnya persaingan maka suatu industri perlu memiliki keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing dalam suatu industri harus didukung oleh orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan ialah mampu tidaknya organisasi ketika melakukan pengelolaan sumber daya supaya dapat melaksanakan cara untuk menjalankan wirausahanya demi mempertahankan kelangsungan usahanya. Suryanita (2006) menyatakan

---

<sup>52</sup> Sugiarto, *Metode Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: ANDI, 2017, h. 118

orientasi kewirausahaan dinamakan *spreaded* (perintis) guna mendorong tumbuhnya perokonomian organisasi secara kontinyu serta memiliki daya bersaing yang tinggi. Serta bersedia menghadapi tantangan bisnis pada risiko, sehingga harus inovatif dan sikap proaktif tinggi. Selanjutnya, Defin dan Atim (2011) menyebut ada pengaruh langsung orientasi kewirausahaan yang meliputi pengambilan resiko, sikap proaktif, serta sikap inovatif yang dipunyai oleh pebisnis atas meningkatnya kesempatan untuk unggul dalam persaingan. Maka, kewirausahaan ialah salah satu faktor yang bisa memperoleh keunggulan bersaing, karna ketika suatu industri tidak mempunyai orientasi kewirausahaan menjadikan usaha yang dijalankan tidak maksimal dan bisa saja bangkrut.

Seperti hasil penelitian Wahyu Muhammad Ikhsan (2015) bahwa inovasi produk serta orientasi kewirausahaan secara parsial dan secara simultan memberi pengaruh signifikan dan positif pada kesempatan pengusaha untuk unggul dalam persaingan. Dengan variabel Orientasi Kewirausahaan memiliki  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,146 > 2,080$ ) dan sig ( $0,044 < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dan hasil koefisien determinasi 73,1% merupakan kontribusi dari orientasi kewirausahaan dan inovasi produk pada kesempatan untuk unggul dalam persaingan, dan sisanya 26,9% mendapat pengaruh dari variabel lainnya yang tak dimasukkan dalam studi tersebut. Sejalan dengan penelitian Louis Utama Oey, Hannes Widjaja, dan Yenny Lego (2020) bahwasanya orientasi kewirausahaan memberikan pengaruh signifikan serta positif pada keunggulan kompetitif pada UKM Industri Kreatif. Dengan hasil penelitian, orientasi kewirausahaan memberi hasil yang signifikan yakni nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Karenanya, seorang pebisnis wajib bisa mengimplementasikan orientasi wirausahanya secara optimal agar bisa mendorong peningkatan kesempatan untuk unggul dalam persaingan

H1: Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan persaingan industri kreatif pada kerajinan rotan.

#### 2.7.2 Variabel inovasi produk diduga memberi pengaruh positif pada keunggulan persaingan industri kreatif pada kerajinan rotan

Munculnya inovasi produk mulanya merupakan memenuhi keinginan atau kemauan konsumen. Jadi, inovasi produk ialah salah satu yang bisa dipergunakan sebagai kesempatan untuk unggul dalam persaingan pada industri. Sebuah industri yang sudah melaksanakan inovasi produk dengan berkelanjutan artinya industri itu memiliki nilai lebih bagi konsumen dibandingkan kompetitor lainnya. Wahyono (2002) menyatakan inovasi yang kontinyu pada sebuah organisasi ialah kebutuhan basis yang kemudian bisa mengacu pada munculnya

kesempatan untuk unggul dalam persaingan. Transformasi pasti terjadi pada lingkungan usaha. Hal tersebut telah memberikan paksaan pada industri demi bisa menghasilkan gagasan serta pemikiran baru dan menawarkan produk yang inovatif. Menurut Buchari (2004) melalui inovasi produk, perusahaan bisa mendorong peningkatan mutu produk yang bisa menciptakan produk dengan kesempatan yang lebih besar untuk unggul dalam persaingan. Jadi, inovasi semakin mempunyai nilai krusial tidak hanya untuk menjadi alat bertahan dalam usaha serta berkembangnya industri, tetapi juga sebagai kesempatan untuk bisa unggul dalam persaingan.

Seperti studi Fatma Nurussakinah, Akhmad Supriyanto, dan Anna Nur Faidah (2018) bahwa kualitas produk dan inovasi produk secara parsial maupun simultan berpengaruh positif pada kesempatan untuk unggul dalam persaingan dalam industri Sasirangan di daerah Kota Banjarmasin. Kemudian, inovasi produk memberikan pengaruh yang dominan sebesar 53,1% atas kesempatan untuk unggul dalam persaingan. Dari hasil studi tersebut, variabel inovasi produk memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,382 > 2,030$ ) dan nilai signifikan lebih kecil dari taraf signifikan ( $0,000 < 0,005$ ). Sehingga, dinyatakan bahwa H2 diterima dan Ho di tolak. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Lona Noviani (2020) bahwa inovasi produk memberi pengaruh positif pada kesempatan untuk unggul dalam persaingan pada kerajinan enceng gondok, dengan menunjukkan uji t untuk variabel inovasi produk memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebanyak 6,404 dan nilai signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ), dengan begitu H2 diterima dan Ho ditolak. Artinya inovasi produk memberi pengaruh positif serta signifikan pada keunggulan bersaing. Tingginya persaingan mengharuskan tiap perusahaan harus terus mengerjakan inovasi produk. Perusahaan menghasilkan inovasi produk dengan bermacam – macam model, meningkatkan berbagai pilihan, dan meningkatkan manfaat yang diterima oleh pembeli yang akhirnya bisa menambah kesempatan perusahaan tersebut untuk unggul dalam persaingan.

H2: Inovasi produk memberi pengaruh positif pada keunggulan persaingan industri kreatif pada kerajinan rotan.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis dan Sumber Data

##### 3.1.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yakni prosedur ilmiah yang dipakai demi mendapat data yang bertujuan serta untuk digunakan demi suatu kepentingan.<sup>53</sup> Pada studi ini, digunakan metode penelitian kuantitatif yakni metode penelitian yang berdasar pada filosofi positivism yaitu ilmu dalam memperoleh pengetahuan valid, berguna melakukan penelitian untuk suatu sampel atau populasi, pengumpulan data memakai alat-alat studi, analisis data sifatnya kuantitatif atau statistik guna melakukan pengujian hipotesis yang telah diputuskan.<sup>54</sup> Studi ini digunakan demi melakukan analisis keberpengaruhannya variabel orientasi kewirausahaan, keunggulan persaingan serta inovasi produk. Data yang didapatkan diukur menggunakan satu nilai atau lebih dari variabel sampel. Alat ukur yang digunakan peneliti adalah dengan menggunakan kuisisioner atau angket.<sup>55</sup>

##### 3.1.2 Sumber Data

Sumber data merupakan suatu tempat informasi terkait data yang di inginkan peneliti. Data itu dibagi dalam 2 jenis, yakni:

1. Data primer yakni sumber data didapatkan dengan langsung dari sumber asli. Terdapat dua metode yang digunakan saat mengumpulkan data. Pertama menjawab pertanyaan dengan metode survey langsung, seperti wawancara. Dan kedua dengan menggunakan metode observasi. Data primer dalam penelitian tersebut didapatkan langsung dengan menyebarkan kuisisioner atau angket ke pengusaha sentra industri rotan di Desa Teluk Wetan.
2. Data sekunder yakni sumber data penelitian peneliti dengan cara tidak langsung, namun lewat media perantara. Data sekunder yang diperoleh peneliti meliputi: buku, jurnal, skripsi dan data atau media online yang digunakan sebagai tambahan pendukung dalam informasi.

#### 3.2 Populasi dan Sampel

##### 3.2.1 Populasi

Populasi yakni kumpulan seluruh elemen ataupun orang yang memiliki ciri khas sama yang dijadikan pusat perhatian seorang peneliti sebab dilihat sebagai suatu semesta penelitian.<sup>56</sup>

---

<sup>53</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung : Alfabeta, 2011, hlm.2

<sup>54</sup> Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, Bandung : Alfabeta, 2016, hlm.23

<sup>55</sup> Purwato, *Statistika Untuk Penelitian*, Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2011, h.41

<sup>56</sup> Ferdinand A, *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014, h. 171

Dalam penelitian ini mengambil populasi pengusaha industri rotan di Desa Teluk Wetan yang berjumlah 175 pengusaha. Menurut Bapak Arif Supriyanto selaku perangkat desa Teluk Wetan sebagai staf kaur perencanaan. Hal tersebut, peneliti mendapat daftar pengusaha rotan berdasarkan tiap RW, didapatkan hasil sebagai berikut.

**Tabel 3.1**  
**Jumlah Pengusaha**

RW	Jumlah pengusaha
01	72 orang
02	65 orang
03	38 orang
Jumlah	175 orang

### 3.2.2 Sampel

Berdasarkan Sugiyono, sampel menjadi bagian dari karakteristik serta jumlah yang dipunyai suatu populasi.<sup>57</sup> Jadi, sampel ialah komponen atas populasi yang ingin diteliti oleh peneliti.

Pada studi ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu sampel *nonprobabilitas* yaitu memilih anggota populasi memakai metode *purposive sampling* yang berarti memilih sampel secara khusus, dan memiliki kriteria pengusaha industri rotan di desa Teluk Wetan. Cara yang dipakai demi melakukan penghitungan besarnya sampel dalam studi ini yakni Rumus sloving:

Rumus Sloving

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang digunakan

N = jumlah populasi = 175

e = nilai presisi 90% atau sig= 0,1.

Berdasarkan rumus sloving supaya peneliti bisa mengetahui berapa jumlah sampel yang diperoleh pada penelitian ini ialah :

$$n = \frac{175}{1 + (175 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{175}{1 + (175 \times 0,01)} = \frac{175}{1 + 1,75} = \frac{175}{2,75}$$

<sup>57</sup> Sugiyono, *Op.Cit*, h. 81



$$n = 63,6$$

$$n = 64$$

Sesuai yang sudah dihitung menggunakan rumus diatas, maka hasil penghitungan bahwasanya jumlah sample yang akan dipakai adalah 64 sampel.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Teori dan informasi

Teori dan informasi pada penelitian ini, peneliti mendapatkan literatur dari beberapa jurnal, skripsi, tesis, dan beberapa buku yang bisa menjadi acuan utama yang ada hubungannya dengan penelitian. Adapun informasi dapat diperoleh dari sumber website yang berhubungan dengan kondisi industri masyarakat Desa Teluk Wetan.

#### 2. Metode angket dan kuisisioner

Metode angket yakni teknik untuk mengumoukan data dengan memberikan sepaket pernyataan ataupun pertanyaan tertulis pada para responden yang harus dijawab<sup>58</sup>. Kuisisioner pada penelitian ini dibagikan kepada 64 Pengusaha industri rotan untuk mendapatkan data primer terhadap variabel – variabel yang digunakan pada studi.

Penelitian berikut dipakai angket yang memiliki pilihan jawaban yang sudah tersedia. Tiap jawabannya diukur memakai skala Likert. Skala Likert dipakai guna melakukan pengukuran terhadap persepsi ataupun pendapat seorang individu ataupun sekelompok individu mengenai fenomena sosial. Jawaban tiap item alat yang memakai skala LIkert memiliki gradasi dari amat negatif menjadi amat positif. Gradasi yang dipakai yakni: <sup>59</sup>

SS = Sangat Setuju	diberi skor	5
ST = Setuju	diberi skor	4
N = Netral	diberi skor	3
TS = Tidak Setuju	diberi skor	2
STS = Sangat Tidak Setuju	diberi skor	1

Peneliti menggunakan skala pengukuran dalam penelitian berupa skala ordinal, yaitu instrumen yang bisa menghasilkan skor nilai yang bertingkat, supaya menjadi pembeda subjek berdasarkan pengelompokan dan tingkatan. persetujuan responden bisa diketahui melalui skor nilai saat menjawab pertanyaan-pertanyaan angket kuesioner.

---

<sup>58</sup> Sugiyono, *Op.Cit*, h. 142

<sup>59</sup> *Ibid*, h. 93-94

### 3.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian yakni sesuatu yang memiliki bentuk apapun yang diputuskan peneliti supaya dipelajari sehingga bisa didapat informasi mengenai hal itu.<sup>60</sup> Berikut variabel pada studi ini:

#### 1. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel biasa dinamakan variabel stimulus ataupun bisa disebut juga variabel bebas. Variabel bebas ialah variabel yang memberikan pengaruh ataupun menyebabkan perubahan variabel dependen (terikat). Variabel independen (X1) yakni orientasi kewirausahaan dan (X2) adalah inovasi produk.

#### 2. Variabel Dependen

Variabel berikut bisa dinamakan juga variabel konsekuen, kriteria, ataupun output yang dinamakan juga variabel terikat. Variabel ini mendapat pengaruh ataupun menjadi hasil, dikarenakan terdapat variabel bebas. Variabel dependen (Y) yakni keunggulan persaingan.

### 3.5 Definisi Operasional

Definisi operasional dari suatu variabel pada studi merupakan hal yang sangat penting, supaya bisa memberi pengertian yang spesifikasi atau memberi sebuah operasional yang dibutuhkan dalam pengukuran variabel tertentu.

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional**

No	Nama Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
1	Orientasi Kewirausahaan	Orientasi Kewirausahaan yakni kemampuan organisasi untuk upaya melakukan pengelolaan sumber daya supaya dapat melaksanakan strategi untuk menjalankan usaha.	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Keinovatifan</li><li>➤ Keproaktifan</li><li>➤ Pengambilan Risiko</li></ul>	Weerawerdeena (2003)
2	Inovasi Produk	Inovasi produk adalah proses menciptakan ide atau gagasan-gagasan baru yang kemudian diterapkan pada produk ataupun proses baru.	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Peniruan Produk</li><li>➤ Perluasan Produk</li><li>➤ Produk Baru</li></ul>	Lucas dan Ferrel (2000)
3	Keunggulan Persaingan	Keunggulan Persaingan yakni mampu tidaknya sebuah perusahaan dalam memberikan nilai lebih pada produknya dibandingkan dengan produk	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Harga</li><li>➤ Keunikan Produk</li><li>➤ Kualitas Produk</li></ul>	Longenecker, Moore, dan Petty (2003)

<sup>60</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2014, h. 2

		milik kompetitornya dan nilai tersebut dapat bermanfaat bagi konsumen.		
--	--	--	--	--

### 3.6 Teknik Analisis Data

Cara analisis yang dipakai peneliti saat menguji data penelitian merupakan pengertian dari teknik analisis data. Teknik statistik berguna saat menganalisis data berbentuk angka, mulai dari hasil pengukuran ataupun hasil saat merubah dari data kualitatif menjadi data kuantitatif. Data yang dipakai pada penelitian ini yaitu data kuantitatif, sehingga teknik analisis yang digunakan sudah terdapat alat yang tersedia.<sup>61</sup> Ketika melakukan analisis data yang dilakukan peneliti ialah sebagai berikut:

#### 3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis yang berguna bagi peneliti, analisis statistik deskriptif bertujuan memberikan penilaian ciri khas pada suatu data berguna memberikan sebuah gambaran tentang variabel yang dikemukakan peneliti. Dalam uji statistik deskriptif terdapat nilai minimum serta maksimum, nilai rerata (mean), dan standar deviasi.

#### 3.6.2 Uji Validitas

Uji validitas ialah alat yang berguna saat melakukan tes dalam kuesioner. Validitas diartikan sebagai sejauh mana tepat atau tidaknya dan kecermatan suatu alat ukur supaya bisa dipertanggung jawabkan kebenarannya. Adapun dasar pengambilan uji validitas:

- Nilai r hitung > nilai r tabel maka kuesioner dapat dinyatakan valid.
- Nilai r hitung < nilai r tabel maka kuesioner dapat dinyatakan tidak valid.

$$r = \frac{n (\Sigma XY) - (\Sigma X) (\Sigma Y)}{\sqrt{[n (\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2] [n (\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi antara item (X) dengan skor total (Y)

x = Skor variabel (jawaban responden)

Y = Skor seluruh dari variabel (jawaban responden)

n = Jumlah responden

#### 3.6.3 Uji Realibilitas

Uji Reliabilitas yakni instrumen dalam penelitian yang dapat dipercaya agar bisa digunakan mengumpulkan informasi data instrumen yang sudah baik. Uji realibilitas bertujuan melihat apakah informasi lapangan mempunyai konsistensi. Apabila upaya untuk melakukan pengukuran dilaksanakan menggunakan informasi lapangan tersebut diimplementasikan dengan cara berulang. Rumus yang digunakan adalah Alpha Cronbach,

<sup>61</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017, h. 243

rumus ini dipakai untuk menentukan apakah instrumen dari suatu penelitian memiliki hasil yang realibel ataupun tidak. Tolak ukur sebuah instrumen penelitian bisa disebut realibel ketika koefisien reliabilitas ( $r$ )  $> 0,6$ .<sup>62</sup>

### 3.7 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ialah mencari tahu apakah uji analisis data digunakan peneliti saat menguji data tersebut sudah bagus dan sesuai dengan kenyataannya. Uji asumsi klasik berguna supaya bisa memenuhi syarat dari analisis regresi linier. Terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi supaya kesimpulan dari hasil pengujian tidak biasa yakni:

#### 3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan yakni melakukan pengukuran suatu data serta menunjukkan bahwasanya data tersebar normal. Dengan demikian, dapat digunakan pada statistic parametric serta bisa melanjutkannya ke uji tahap berikutnya. Berdasarkan yang dipakai pada uji f serta uji t menyebutkan bahwasanya nilai residual mengikuti penyebaran normal. Namun, apabila hal yang menyebutkannya dilanggar, dengan begitu data bisa dianggap tidak memiliki validitas karena kecilnya jumlah sampel. Pada studi berikut, dipergunakan metode metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Syaratnya, apabila signifikansi (Asymp.sig)  $> 0,05$ , data terdistribusi normal. Namun, bila signifikansi (Asymp.sig)  $< 0,05$ , data tidak terdistribusi normal.

#### 3.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk memastikan apakah dalam model regresi ditemukan ditemukan korelasi antara variabel independen. Pada model regresi bisa dilihat dari nilai Tolerance Value dan Variance Inflation Factor (VIF). Adapun acuan dasar bisa diambil simpulan:

- 1) Apabila nilai tolerance  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$ , sehingga bisa berarti bahwasanya tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.
- 2) Apabila nilai tolerance  $< 0,1$  dan nilai VIF  $> 10$ , sehingga bisa berarti bahwa ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

#### 3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas berguna melakukan pengujian apakah pada model regresi terdapat ketidaksamaan variance dari residual satu observasi ke observasi lainnya. Regresi yang baik merupakan model regresi tidak memiliki persoalan heteroskesdastisitas. Pada uji heteroskesdastisitas, bisa menggunakan berbagai metode uji antara lain uji Spearman's rho, uji Park, uji Glejser, dan juga mengobservasi pola titik-titik pada scatterplots regresi. Dalam penelitian ini ialah menggunakan metode Spearman's rho berguna menguji heterosskesdastisitas. Bila

---

<sup>62</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011, h. 48.

terdapat nilai signifikansi antara variabel independen menggunakan residual melebihi 0,05 maka artinya model regresi tidak mempunyai permasalahan hesteroskedastiditas. Namun, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 artinya model regresi itu punya permasalahan hesteroskedastisitas.

### 3.8 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah metode analisis regresi yang berguna melakukan pengujian pengaruh berbagai variabel independen pada satu variabel dependen. Memiliki persamaan yang dirumuskan:<sup>63</sup>

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 \dots \dots \dots \beta_nX_n + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

$\alpha$  = Konstanta atau Intercept

$\beta$  = Koefisien Variabel Independen

X = Variabel Independen

X1 = Orientasi Pasar

X2 = Inovasi Produk

$\varepsilon$  = Error

#### 3.8.1 Koefisien Determinasi R

Koefisien determinasi mempunyai inti berguna melakukan pengukuran sejauh mana ketepatan model ketika menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada pada nol ataupun satu. Nilai R yang kecil berarti ketepatan berbagai variabel independen saat menerangkan variasi variabel dependen sangat memiliki keterbatasan. Nilai yang dekat dengan satu artinya berbagai variabel dari independen menunjukkan hampir seluruh informasi yang diperlukan bisa berguna memperkirakan variasi variabel dependen<sup>64</sup>

#### 3.8.2 Uji Statistik t

Uji statistik t bertujuan melihat terdapat atau tidak pengaruh tiap variabel independen pada variabel dependen. Tahapan melakukan Uji t ialah:<sup>65</sup>

- a) Tentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif
  - 1)  $H_0 : b_1 = b_2 = 0$ , maknanya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan pada variabel dependen.
  - 2)  $H_a : b_1 = b_2 \neq 0$ , maknanya variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan pada variabel dependen.

---

<sup>63</sup> Hengky Latan, Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*, Bandung: Alfabeta, 2013, h.63

<sup>64</sup> Imam Ghozali, *Op.Cit*, h. 87

<sup>65</sup> Imam Ghozali, *Op.Cit*, h. 84

- b) Menentukan taraf signifikansi menggunakan 0,05 atau 5%.
- c) Menentukan t hitung dan t tabel
  - 1)  $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$  ataupun  $-t \text{ hitung} \geq -t \text{ tabel}$  dengan begitu  $H_0$  diterima.
  - 2)  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ataupun  $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$  dengan begitu  $H_0$  ditolak.

### 3.8.3 Uji statistik F

Uji statistik F bertujuan mengidentifikasi keberpengaruhannya seluruh variabel independen yang ada pada model regresi secara simultan pada variabel dependen yang diujikan pada tingkatan signifikan 0,05.<sup>66</sup> Tahapan diambilnya keputusan yakni:

- a. Nilai probabilitas melebihi 0,05 dengan begitu  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak, menunjukkan seluruh variabel independen tidak berpengaruh simultan pada variabel dependen.
- b. Nilai probabilitas kurang dari 0,05, dengan begitu  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima, menunjukkan seluruh variabel independen berpengaruh simultan pada variabel dependen.

---

<sup>66</sup> Imam Ghozali, *Op.Cit*, h. 84.

**BAB IV**  
**ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

**4.1 Gambaran Umum Desa Teluk Wetan Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara**

Dari letak geografis wilayah Desa Teluk Wetan termasuk desa yang berada di Kecamatan Welahan yang terletak disebelah selatan Kabupaten Jepara. Dengan luas wilayah Desa Teluk Wetan sekitar 265 hektar. Dan dilihat dari topografi merupakan dataran rendah dengan ketinggian sekitar 8-12 meter dari permukaan laut.

Secara administrasi, Desa Teluk Wetan terbagi atas 3 RW dan 25 RT serta memiliki batas – batas wilayah yakni:

No.	Batas Wilayah	Keterangan
1.	Utara	Desa Brantak Sekarjati
2.	Selatan	Desa Sidigede
3.	Barat	Desa Bandungrejo
4.	Timur	Desa Kalipucang Kulon

Berdasarkan data dari BPS Kecamatan Welahan Tahun 2020 penduduknya Desa Teluk Wetan berjumlah sekitar 10.781 jiwa dari 2.499 kepala keluarga. Jumlah penduduk tersebut dapat dibedakan atas laki laki sekitar 5.356 jiwa dan perempuan sekitar 5.425 jiwa. Kemudian, banyaknya penduduk dapat dibedakan lagi berdasarkan umur antara lain 1-10 tahun sebanyak 1.838 jiwa, umur 11-20 tahun sebanyak 1.821 jiwa, umur 21-30 sebanyak 2021 jiwa, umur 31-40 sebanyak 1.636 jiwa, umur 41-50 tahun sebanyak 1.357 jiwa, umur 51- 60 tahun sebanyak 1.072, dan terakhir umur lebih dari 61 tahun sebanyak 991 jiwa. Selanjutnya, mayoritas kepercayaan penduduk desa Teluk Wetan ialah agama islam dibuktikan dengan adanya 3 masjid dan 23 mushola.

Berdasarkan mata pencarian, kebanyakan masyarakat Desa Teluk Wetan bekerja sebagai wirausaha kerajinan rotan. Meskipun, ada yang bekerja sebagai pegawai negeri sipil, petani, buruh, maupun penjahit. Dari sisi geografis Desa Teluk Wetan itu sendiri mempunyai potensi yang cukup baik, dilihat atas ketrampilan maupun potensi sumber daya manusia. Karena Desa Teluk Wetan dikenal sebagai Sentra Anyaman Rotan yang memproduksi jenis kerajinan anyaman rotan seperti meja, kursi, sandal, tas, dan parcel. Maka dari itu, sebagian besar penduduknya memiliki usaha kerajinan rotan yang termasuk salah satu industri unggulan yang ada di Kabupaten Jepara. Selain itu, industri kerajinan rotan Desa Teluk Wetan berfungsi sebagai penopang perekonomian bagi masyarakat setempat untuk mencukupi kebutuhan sehari – hari.

## 4.2 Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian yang dipilih yakni pengusaha kerajinan anyaman rotan Desa Teluk Wetan yang memiliki usaha memproduksi kerajinan rotan seperti kursi, meja, ayunan, parcel, dan lain sebagainya. Adapun sampel yang digunakan adalah 64 responden yang mempunyai usaha di bidang industri kerajinan rotan. Selanjutnya, sampel yang telah di dapatkan akan dipakai dalam mengajukan hipotesis. Penyebaran kuesioner yang peneliti laksanakan ialah secara langsung kepada para pengusaha di Sentra Kerajinan Anyaman Rotan Desa Teluk Wetan Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara.

Analisis ini memberikan gambaran ciri responden penelitian. Analisis ini berguna menggambarkan responden terkait dengan ciri khas responden yang berlainan memiliki cara menilai yang sama atau tidak. Karakteristik responden pada penelitian ini diantaranya usia, tingkat pendidikan, dan jenis kelamin. Berikut dibawah ini merupakan tabel distribusi sampel :

**Tabel 4.1**  
**Distribusi Sampel**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>
Kuesioner yang diterima	70
Kuesioner yang tidak digunakan	6
Kuesioner yang digunakan	64

Dari tabel 4.1 dilihat bahwasanya total kuesioner yang masuk pada form kuesioner sebanyak 70 responden. Untuk menentukan sampel berdasar rumus yang telah dipakai maka sampel yang dilakukan analisis sekitar 64 responden.

**Tabel 4.2**  
**Klasifikasi berdasarkan umur**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase</b>
21 – 30 Tahun	3	4,7 %
31 – 40 Tahun	10	15,6 %
41 – 50 Tahun	15	23,5 %
51 – 60 Tahun	34	53,1 %
> 60 Tahun	2	3,1 %
Total	64	100%

Dari tabel 4.2 bisa didapati bahwasanya jumlah responden serta persentase setiap usia dalam penelitian ini berbeda – beda diantaranya usia 21 tahun hingga 30 tahun berjumlah 3



responden berpersentase 4,7 %, usia 31 tahun hingga 40 tahun berjumlah 10 responden dengan persentase 15,6 %, usia 41 tahun hingga 50 tahun berjumlah 15 responden dengan persentase 23,5 %, usia 51 tahun hingga 60 tahun berjumlah 34 responden dengan persentase 53,1 %, dan usia lebih dari 61 tahun berjumlah 2 responden dengan persentase 3,1 %.

Maka peneliti dapat simpulkan bahwa mayoritas responden penelitian ini adalah dari usia 51 tahun hingga 60 tahun berjumlah 34 responden dengan persentase 53,1 %.

**Tabel 4.3**

**Klasifikasi Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

<b>Tingkat Pendidikan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
Tidak Sekolah	0	0 %
SD	24	37,5 %
SMP	11	17,2 %
SMA	27	42,2 %
S1	2	3,1 %
S2	0	0 %
Total	64	100%

Dari tabel 4.3 bisa ketahui jumlah responden dan persentase dari tingkat pendidikan diantaranya tidak sekolah berjumlah 0 responden dengan persentase 0 %, tingkat pendidikan akhir SD berjumlah 24 responden dengan persentase 37,5 %, tingkat pendidikan akhir SMP berjumlah 11 responden dengan persentase 17,2 %, tingkat pendidikan akhir SMA berjumlah 27 responden dengan persentase 42,2 %, tingkat pendidikan akhir S1 berjumlah 2 responden dengan presentase 3,1 %, dan tingkat pendidikan akhir S2 berjumlah 0 responden dengan persentase 0%.

Maka dapat peneliti simpulkan bahwa mayoritas responden penelitian ini adalah dari tingkat pendidikan akhir SMA berjumlah 27 responden dengan persentase 45 %.

**Tabel 4.4**  
**Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
Laki-laki	54	84,4 %
Perempuan	10	15,6 %
Total	64	100%

Pada tabel 4.4 dapat dilihat ada 64 responden laki-laki sejumlah 54 responden dengan presentase 84,4 %, dan ada responden perempuan berjumlah 10 orang dengan presentase 15,6 %. Maka bisa disimpulkan bahwa mayoritas respondennya adalah laki-laki.

### 4.3 Teknik Analisis Data

#### 4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif berguna mengidentifikasi deskripsi dari tiap variabel dengan nilai rerata (mean), standar deviasi, dan nilai maksimum, dan nilai minimum. Variabel yang digunakan pada studi yakni orientasi kewirausahaan (X1), inovasi produk (X2), dan keunggulan persaingan (Y). Hasil uji data bisa diamati dalam tabel:

**Tabel 4.5**  
**Statistik Deskriptif**

<b>Descriptive Statistics</b>				
<b>Variabel</b>	<b>Minimum</b>	<b>Maximum</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>
Orientasi Kewirausahaan (X1)	24	35	32.31	2.777
Inovasi Produk (X2)	25	35	32.64	2.406
Keunggulan Persaingan (Y)	20	30	27.31	2.322

Dari tabel 4.5 bisa diketahui hasil analisis deskriptif pada penelitian seperti nilai rata-rata (mean), standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum penjelasannya ialah sebagai berikut :

a. Orientasi Kewirausahaan

Hasil statistik deskriptif pada variabel orientasi kewirausahaan menunjukkan rata - rata (*mean*) sebanyak 32,31, nilai standar deviasi sebanyak 2,777, nilai maksimum sebanyak 35, serta nilai minimum sebanyak 24.

b. Inovasi Produk

Hasil statistik deskriptif yang didapat dari variabel inovasi produk yaitu menunjukkan bahwa nilai rata – rata (*mean*) sebanyak 32,64, nilai standar deviasinya sebanyak 2,406, nilai maksimumnya sebanyak 35, serta nilai minimumnya sebanyak 25.

c. Keunggulan Persaingan

Hasil statistik deskriptif pada variabel keunggulan persaingan yaitu menunjukkan bahwas nilai rata – rata (*mean*) sebanyak 27.31, nilai standar deviasi sebanyak 2,322, nilai maksimum sebanyak 30, dan nilai minimum sebanyak 20.

4.3.2 Uji Validitas

Uji validitas berguna melakukan pengukuran validitas tiap indikator pada kuesioner. Sebuah kuesioner disebut memiliki validitas apabila pertanyaannya dapat dipakai guna mengungkap suatu hal yang sedang dilakukan pengukuran. Tolak ukur diambilnya keputusan uji ini yakni:

- Bila nilai r hitung > nilai r tabel dengan begitu angket disebut valid.
- Bila nilai r hitung < nilai r tabel dengan begitu angket disebut tidak valid.

Untuk menentukan nilai r tabel rumusnya seperti dibawah ini :

➤  $R_{tabel} = df$

$df = N-2 = 64-2 = 62$

$R_{tabel} = 62 = \mathbf{0,2461}$

Hasil uji validitas bisa dilihat dalam tabel dibawah ini:

1. Orientasi Kewirausahaan (X1)

**Tabel 4.6**

**Uji Validitas Variabel Orientasi Kewirausahaan (X1)**

No item	R-Hitung	R-Tabel 5%	Keterangan
1	0.536	0,2461	Valid
2	0,694	0,2461	Valid
3	0,755	0,2461	Valid
4	0,736	0,2461	Valid
5	0,755	0,2461	Valid
6	0,546	0,2461	Valid
7	0,787	0,2461	Valid

Dari tabel 4.6 diatas angket kuesioner variabel Orientasi Kewirausahaan (X1) menyatakan bahwa dari nomer 1 sampai 7 nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel. Jadi, bisa

disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dari kuesioner variabel Orientasi Kewirausahaan (X1) dinyatakan valid.

## 2. Inovasi Produk (X2)

**Tabel 4.7**

**Uji Validitas Variabel Inovasi Produk (X2)**

No item	R-Hitung	R-Tabel 5%	Keterangan
1	0,683	0,2461	Valid
2	0,684	0,2461	Valid
3	0,573	0,2461	Valid
4	0,590	0,2461	Valid
5	0,669	0,2461	Valid
6	0,769	0,2461	Valid
7	0,673	0,2461	Valid

Pada tabel 4.7 diatas angket kuesioner variabel inovasi produk (X2) menyatakan bahwa dari angket nomor 1 sampai dengan nomor 7 nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Jadi, bisa diambil simpulan bahwa seluruh pertanyaan dari kuesioner variabel inovasi produk (X2) dinyatakan valid.

## 3. Keunggulan Persaingan (Y)

**Tabel 4.8**

**Uji Validitas Variabel Keunggulan Persaingan (Y)**

No item	R-Hitung	R-Tabel 5%	Keterangan
1	0,612	0,2461	Valid
2	0,563	0,2461	Valid
3	0,660	0,2461	Valid
4	0,605	0,2461	Valid
5	0,674	0,2461	Valid
6	0,708	0,2461	Valid

Dari tabel 4.8 diatas angket kuesioner variabel Keunggulan Persaingan (Y) menunjukkan dari nomer 1 sampai 6 nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel. Jadi, bisa disimpulkan bahwasanya seluruh pertanyaan dari kuesioner variabel Keunggulan Persaingan (Y) dinyatakan valid.

### 4.3.3 Uji Reliabilitas

Hasil lapangan penelitian dikatakan berkualitas bila telah terbukti validitas serta reliabilitasnya. Peneliti bisa menggunakan uji reliabilitas bila poin-poin survey sudah melalui uji validitas dan sudah dinyatakan valid. Uji reliabilitas berguna melihat apakah informasi lapangan mempunyai konsistensi. Bila pengukuran dilakukan menggunakan informasi lapangan tersebut dilakukan dengan cara berulang.

Uji reliabilitas bisa dikerjakan secara bersama-sama terhadap seluruh item informasi lapangan pada suatu variabel penelitian. Pada uji reliabilitas pada penelitian menggunakan uji Cronbach Alpha yang mana nilai minimum digunakan pada perhitungan alpha ialah 0,6. Diolah menggunakan IBM SPSS Statistics versi 26, bisa dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Uji Reabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach Alpha</b>	<b>Standar Reabilitas</b>	<b>Keterangan</b>
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0,798	0,60	<i>Reliable</i>
Inovasi Produk (X2)	0,779	0,60	<i>Reliable</i>
Keunggulan Persaingan (Y)	0.698	0,60	<i>Reliable</i>

Berdasarkan hasil tabel 4.9 bisa disimpulkan nilai Cronbach's Alpha dari variabel X1 (Orientasi Kewirausahaan), variabel X2 (Inovasi Produk), dan variabel Y (Keunggulan Persaingan) ialah *reliable* karena nilainya  $> 0,60$  sehingga dikatakan *reliable*.

### 4.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heterokedastisitas.

#### 4.4.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas berguna menguji apakah pada model regresi variabel residual mempunyai distribusi normal. Model regresi yang baik ialah mempunyai nilai residual yang berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, penulis melakukan uji normalitas dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov Test. Pengambilan keputusan:

1. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka nilai residualnya berdistribusi normal.

2. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka nilai residualnya tidak berdistribusi normal.

Dalam mengolah data, peneliti menggunakan IBM SPSS Statistics Versi 26. Berikut ialah hasil pengujian uji *Kolmogrov-Smirnov*.

**Tabel 4.10**  
**Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
<b>Statistic</b>	<b>N</b>	<b>Sig</b>
0,110	64	0,062

Dari tabel 4.10 bisa dilihat hasilnya bahwa nilai signifikansinya yaitu 0,062 artinya lebih besar dari 0,05. Maka, bisa disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

#### 4.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ialah keadaan dimana terdapat hubungan variabel – variabel bebas dengan satu dan yang lainnya. Uji ini bisa dilakukan untuk melihat model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antara variabel dependen dan variabel independent. Ketika terjadi antar variabel pada satu contoh maka mengakibatkan hubungan yang kuat. Uji multikolinieritas bisa diketahui asal nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) serta besaran korelasi antar variabel independen. Dengan mengamati nilai VIF dan nilai Tolerance bisa diinterpretasikan melalui dua cara yakni:

- 1) Dengan melihat nilai VIF
  - Nilai VIF  $< 10,00$  berarti tak terjadi Multikolinieritas.
  - Nilai VIF  $> 10,00$  berarti terjadi Multikolinieritas.
- 2) Dengan melihat nilai Tolerance
  - Nilai Tolerance  $> 0,10$  artinya tidak terjadi Multikolinieritas.
  - Nilai Tolerance  $< 0,10$  artinya terjadi Multikolinieritas.

Berikut ini hasil perhitungan uji multikolinieritas dengan menggunakan SPSS versi 26 ialah :

**Tabel 4.11**  
**Uji Multikolinieritas**

<b>Collinearity Statistics</b>		
<b>Variabel</b>	<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0,184	5,430
Inovasi Produk (X2)	0,184	5,430
a. Dependent Variable: Keunggulan Persaingan (Y)		

Dari tabel 4.11 diatas hasil uji multikolinieritas bisa diketahui bahwa variabel X1 (Orientasi Kewirausahaan) memiliki nilai VIF sebesar 5,430 , variabel X2 (Inovasi Produk) memiliki nilai VIF sebesar 5,430, kesimpulannya yakni dari variabel Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk tidak terjadi multikolinieritas dikarenakan nilai VIF < 10,0. Selain dari nilai VIF, dilihat dari nilai *tolerance* seluruh variabel diatas sebesar 0,184 > 0,10. Jadi, bisa diambil kesimpulan bahwa seluruh variabel yang disertakan pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

#### 4.4.3 Uji Heteroskedestisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas melihat ada tidaknya kesamaan varian berasal nilai residual untuk seluruh pengamatan pada contoh regresi. Heteroskedastisitas ialah galat satu faktor yang mengakibatkan model regresi linear tidak efisien serta seksama. Contoh regresi baik ditandai dengan tidak terjadi tanda-tanda heteroskedastisitas. Pada penelitian ini, peneliti memakai Uji Spearman's rho. Uji Spearman's rho dilakukan menggunakan cara mengkorelasikan antara pasti residual akibat regresi dengan semua variabel bebas. Dalam model uji heteroskedastisitas Spearman's rho yaitu nilai signifikansi (Sig) yang akan terjadi korelasi > 0,05, jadi tidak terjadi persoalan heteroskedastisitas. Berikut hasil uji hesteroskedastisitas menggunakan uji Spearman's rho melalui IBM SPSS 26.

**Tabel 4.12**  
**Uji Heteroskedestisitas**

<b>Uji Spearman's rho</b>			
<b>Variabel</b>	<b>N</b>	<b>Taraf <math>\alpha</math> (5%)</b>	<b>Sig. (2-tailed)</b>
Orientasi Kewirausahaan (X1)	64	0,05	0,337
Inovasi Produk (X2)	64	0,05	0,342
a. Dependent Variable: Keunggulan Persaingan (Y)			

Dari tabel 4.12 diatas, bisa disimpulkan nilai signifikansi yang terjadi pada uji heteroskedastisitas memakai uji Spearman's rho ialah masing-masing variabel lebih besar dari 0,05. Sehingga, bisa diambil kesimpulan untuk model regresi pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan persaingan industri kreatif pada

kerajinan rotan tidak terjadi persoalan heteroskedastisitas dibuktikan menggunakan nilai signifikansi  $> 0,05$ .

#### 4.5 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung secara parsial atau bersama – sama dari setiap variabel yang digunakan. Hasil uji regresi linier berganda dari variabel orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk terhadap keunggulan persaingan industri kreatif bisa diketahui pada tabel berikut.

**Tabel 4.13**  
**Uji Analisis Regresi Berganda**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
<b>Model</b>		<b>Unstandardized Coefficients</b>		<b>Standardized Coefficients</b>
		<b>B</b>	<b>Std. Error</b>	<b>Beta</b>
1	(Constant)	0,844	1,901	
	Orientasi Kewirausahaan (X1)	0,388	0,117	0,464
	Inovasi Produk (X2)	0,427	0,135	0,442
a. Dependent Variable: Keunggulan Persaingan (Y)				

Berdasarkan hasil pengujian tolak ukur individual yang didapatkan dalam tabel diatas, sehingga bisa dikembangkan model persamaan regresi berganda sebagai berikut yaitu :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = (0.844) + 0,388X_1 + 0,427X_2 + e$$

Keterangan :

1. Nilai konstanta sebesar 0,844 artinya jika variabel orientasi kewirausahaan (X1) dan inovasi produk (X2) memiliki nilai yang sama dengan nol, maka variabel keunggulan persaingan industri kreatif (Y) sebesar 0,844.
2. Nilai koefisien regresi variabel orientasi kewirausahaan sebesar 0,388, hal ini menunjukkan bahwa semakin besar orientasi kewirausahaan dalam suatu usaha industri kreatif maka keunggulan persaingan dalam usaha industri kreatif akan meningkat sebesar 0,388. Namun, jika semakin kecil orientasi kewirausahaan maka keunggulan persaingan dalam usaha industri kreatif akan menurun sebesar 0,388.
3. Nilai koefisien regresi variabel inovasi produk sebesar 0,427, hal tersebut menunjukkan semakin tinggi inovasi produk yang dilakukan dalam usaha industri kreatif maka Keunggulan Persaingan pada usaha industri kreatif akan meningkat sebesar 0,427.



Tetapi sebaliknya, jika semakin rendah inovasi produk yang dilakukan maka keunggulan persaingan industri kreatif akan menurun sebesar 0,427.

#### 4.5.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) berguna menentukan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan pada model regresi dapat menjelaskan variasi dependen.

**Tabel 4.14**  
**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	Adjusted R Square
1	0,774

Dari tabel 4.14 diatas nilai *Adjusted R square* menunjukkan 0,774 artinya terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan (X1) dan Inovasi Produk (X2) secara simultan sebesar 77,4%. Sedangkan, sisanya ( $100\% - 77,4\% = 22,6\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat di penelitian ini.

#### 4.5.2 Uji Statistik t

Uji t bertujuan guna mengetahui pengaruh pada masing-masing variabel orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan persaingan Industri kreatif. Berikut hasil uji statistik t dari tabel dibawah ini :

**Tabel 4.15**  
**Uji Statistik t**

Variabel	t-tabel	t-hitung	Sig.	Keputusan
Orientasi Kewirausahaan (X1)	1,999	3,327	0,001	Berpengaruh
Inovasi Produk (X2)	1,999	3,170	0,002	Berpengaruh
a. Dependent Variable: Keunggulan Persaingan (Y)				

Dari tabel 4.15 diatas maka bisa dilihat nilai t hitung dan tingkat signifikan dari seluruh variabel independen yang sudah di uji pada penelitian ini. Adapun tolak ukur pengambilan keputusan pada uji t adalah jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau t hitung lebih besar dari t maka bisa diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan. Sebaliknya jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dan t hitung lebih kecil dari t tabel maka bisa diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Menghitung t tabel dicari dengan rumus  $t = (\alpha/2; n-k-1)$  sehingga diketahui t tabel sebesar 1,999 dimana akan digunakan untuk

perbandingan dengan t hitung dari setiap variabel independen. Jadi, hasil uji t yang diperoleh pada tabel diatas bisa diambil kesimpulan sebagai berikut :

- Berdasarkan hasil dari penelitian dapat diketahui bahwa variabel orientasi kewirausahaan memperoleh nilai t hitung sebesar 3,327 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,999 dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,001 maka Ho ditolak dan H1 diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh secara parsial terhadap keunggulan persaingan industri kreatif.
- Berdasarkan hasil dari penelitian diketahui variabel inovasi produk memperoleh nilai t hitung sebesar 3,170 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,999 dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,002 maka Ho ditolak dan H2 diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh secara parsial terhadap keunggulan persaingan industri kreatif.

#### 4.5.3 Uji Statistik F

Uji statistik F berguna mengetahui apakah terdapat pengaruh secara simultan atau bersama – sama dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Berikut hasil analisis uji F :

**Tabel 4.16**  
**Uji Statistik F**

<b>Uji Statistik F</b>			
<b>F-tabel</b>	<b>F-hitung</b>	<b>Sig.</b>	<b>Keputusan</b>
3,147	109,060	0,000	Berpengaruh secara simultan

Pada pengambilan keputusan guna melakukan uji hipotesis uji F, yaitu jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak. Melalui tabel diatas bisa dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 maka dengan dasar pengambilan keputusan jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima yang berarti dari kedua variabel independen secara simultan atau bersama – sama berpengaruh terhadap Keunggulan Persaingan.

Dari hasil uji F yang sudah terdapat pada tabel 4.16 diketahui bahwa nilai F-hitung sebesar 109,060 selanjutnya nilai F-tabel dengan tingkat signifikansi 5% (0,05) yaitu sebesar 3,147. Hal ini berarti  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$  ( $109,060 > 3,147$ ) dengan tingkat signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ) sehingga Ho ditolak dan H1 diterima. Jadi, bisa disimpulkan secara simultan ataupun bersama-sama terdapat pengaruh signifikan dari orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan persaingan industri kreatif.

## 4.6 Pembahasan

### 4.6.1 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Persaingan industri kreatif pada kerajinan rotan dalam perspektif ekonomi islam

Berdasarkan penelitian ini menyatakan bahwa variabel orientasi kewirausahaan (X1) berpengaruh terhadap keunggulan persaingan (Y) dengan memperoleh nilai t hitung  $>$  nilai t tabel ( $3,327 > 1,999$ ) dan nilai signifikansinya ( $0,001 < 0,05$ ). Artinya orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan persaingan industri kreatif pada kerajinan rotan. Pengaruh yang diberikan variabel orientasi kewirausahaan sebagai variabel bebas bersifat positif artinya semakin besar pengaruh orientasi kewirausahaan maka semakin besar pula keunggulan persaingan industri kreatif pada kerajinan rotan.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wahyu Muhammad Ikhsan (2015) bahwa orientasi kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dan, sejalan dengan penelitian Louis Utama Oey, Hannes Widjaja, dan Yenny Lego (2020) yang menunjukkan orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif pada UKM Industri Kreatif. Maka dari itu, seorang pelaku usaha harus bisa mengimplementasikan orientasi kewirausahaan dengan maksimal agar dapat meningkatkan keunggulan bersaing.

Untuk menciptakan keunggulan persaingan dalam suatu industri perlu didukung oleh adanya orientasi kewirausahaan. Orientasi Kewirausahaan atau *Entrepreneurial orientation* merupakan kemampuan perusahaan mengelola sumber daya agar dapat melakukan strategi dalam berwirausaha untuk mempertahankan kelangsungan usahanya. Suryanita (2006) menyatakan orientasi kewirausahaan disebut pelopor guna mewujudkan pertumbuhan ekonomi perusahaan berkelanjutan dan memiliki daya saing tinggi. Oleh karena itu, orientasi kewirausahaan yang telah diterapkan suatu industri dan para pengusahanya harus mempunyai ide – ide yang inovatif, memiliki sikap proaktif tinggi, dan bersedia menghadapi tantangan bisnis. Sehingga, dapat meningkatkan keunggulan persaingan dalam industri kreatif. Jadi, seorang pengusaha harus bisa mengimplementasikan orientasi wirausahanya secara optimal agar bisa mendorong peningkatan kesempatan untuk unggul dalam persaingan.

### 4.6.2 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Persaingan industri kreatif pada kerajinan rotan dalam perspektif ekonomi islam

Berdasarkan penelitian ini bahwa variabel inovasi produk (X1) berpengaruh terhadap keunggulan persaingan (Y) dengan memperoleh nilai t hitung  $>$  nilai t tabel ( $3,170 > 1,999$ ) dan nilai signifikansinya ( $0,002 < 0,05$ ). Artinya inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan persaingan industri kreatif pada kerajinan rotan. Pengaruh yang diberikan

variabel inovasi produk sebagai variabel bebas bersifat positif artinya semakin tinggi pengaruh inovasi produk maka semakin tinggi pula keunggulan persaingan industri kreatif pada kerajinan rotan.

Hasil penelitian tersebut relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lona Noviani (2020) bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada kerajinan eceng gondok. Dan sejalan dengan penelitian Fatma Nurussakinah, Akhmad Supriyanto, dan Anna Nur Faidah (2018) yang menyatakan inovasi produk secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Hal tersebut berarti pelaku usaha yang mampu menciptakan inovasi dengan berbagai model, meningkatkan berbagai pilihan, dan meningkatkan manfaat yang diterima pembeli akhirnya mampu meningkatkan keunggulan bersaingnya.

Adanya Inovasi produk pada dasarnya adalah untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan permintaan konsumen sehingga inovasi produk ialah salah satu alat yang berguna sebagai keunggulan persaingan bagi suatu industri. Menurut Wahyono (2002) inovasi yang berkelanjutan pada perusahaan adalah kebutuhan dasar yang nantinya akan mengarah pada terciptanya keunggulan yang kompetitif. Suatu usaha yang sudah melakukan inovasi produk secara berkelanjutan berarti usaha pada industri tersebut memiliki nilai tambah dibenak konsumennya dibandingkan para pesaing. Selanjutnya, dapat dikatakan bahwa semakin sering suatu industri melakukan inovasi produk terutama pada industri kreatif maka makin meningkatkan nilai keunggulan persaingan dalam industri tersebut. Sehingga, seorang pengusaha yang harus bisa menghasilkan inovasi produk dengan bermacam – macam model, memberi berbagai pilihan, dan meningkatkan manfaat produk yang diterima pembeli akhirnya supaya dapat unggul dalam persaingan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, penelitian dengan judul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Persaingan Industri Kreatif pada kerajinan rotan dalam perspektif ekonomi islam”. Dengan menggunakan pengolahan data dan pengujian beberapa variabel sehingga dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan persaingan industri kreatif pada kerajinan rotan. Hal ini terbukti pada nilai signifikansi sebesar ( $0,001 < 0,05$ ) yang menunjukkan semakin besar pengaruh orientasi kewirausahaan yang dijalankan pengusaha di Sentra Anyaman Rotan Desa Teluk Wetan, maka semakin besar pula keunggulan persaingan industri kreatif pada kerajinan rotan.
2. Dari hasil hipotesis kedua bahwa Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan persaingan industri kreatif pada kerajinan rotan. Terbukti pada nilai signifikansi sebesar ( $0,002 < 0,05$ ) yang menunjukkan semakin tinggi pengaruh inovasi produk yang dilakukan oleh pengusaha di Sentra Anyaman Rotan Desa Teluk Wetan, maka keunggulan persaingan industri kreatif pada kerajinan rotan akan semakin tinggi pula.
3. Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan uji simultan menunjukkan variabel orientasi kewirausahaan (X1) dan variabel inovasi produk (X2) secara simultan atau bersama – sama berpengaruh terhadap keunggulan persaingan industri kreatif (Y). kemudian sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Pada penelitian ini memiliki keterbatasan saat melaksanakan penyebaran kuisioner yaitu terdapat sedikit kendala. Kendala tersebut diantaranya saat penyebaran kuesioner dilakukan dengan datang secara langsung ke rumah responden, meskipun rumah responden satu dengan lainnya saling berdekatan dan ada yang saling bersaudara tapi kebanyakan umur responden tersebut diatas 50 tahun jadi banyak penglihatannya yang sudah kabur ketika membaca tulisan, sehingga ketika penyebaran angket perlu dibacakan dan dijelaskan. Maka, hal tersebut membutuhkan waktu yang agak lama.

#### **5.3 Saran**

- a. Untuk pengusaha industri kreatif, menerapkan orientasi kewirausahaan dengan bersama inovasi produk dapat memperoleh hasil yang bagus. Hasil tersebut bisa berguna bagi wirausahawan pada industri kreatif guna menunjang keberlangsungan usahanya dan membantu usaha tersebut

ke arah keunggulan kompetitif yang lebih baik. Selain itu, dengan menciptakannya produk – produk yang berinovasi pada industri kreatif sehingga bisa membuka lapangan pekerjaan yang bermanfaat bagi pekerja lain.

- b. Bagi penelitian berikutnya, diharapkan bisa mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain seperti melalui wawancara kepada responden sehingga mendapatkan informasi yang lebih bermacam-macam daripada angket yang jawabannya sudah tersedia. Serta bisa menambahkan beberapa variabel lain yang belum ada pada penelitian ini seperti orientasi pasar, kreativitas produk, kualitas produk guna memperluas penelitian agar menjadi penelitian yang lebih berkembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- A.Khoirul A dkk. 2020. *Peningkatan Daya Saing UKM Rotan Indah Jepara Menuju Pasar Sasaran Ekspor*. Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat, Vol 3 No 1. hal. 33-44.
- Algifari. 2000. *Analisis Regresi: Teori, Kasus dan Solusi*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Aziz, Fathul Aminudin. 2016. *Manajemen Kewirausahaan Islami*. Yogyakarta: Editie Pustaka.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Jepara. 2018. *Kabupaten Jepara Dalam Angka 2018*. Jepara: Badan Pusat Statistik.
- Darmanto dan Wardaya. 2016. *Manajemen Pemasaran untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Defin Shahrial Putra dan Atim Djazuli. 2013. *Pengaruh Strategi Resource-Based terhadap Keunggulan Bersaing yang dimediasi oleh Orientasi Kewirausahaan*. Jurnal Aplikasi Manajemen. Vol. 11 No. 3. Hal 392-398.
- Djodjobo, Cynthia Vanessa dan Hendra N. Tawas. 2014. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Nasi Kuning di Kota Manado*. Jurnal EMBA. Vol 2 N0. 3. Hal 1214-1224.
- Departmen Agama RI. 2005. *Qur'an Karim dan Terjemahnya*. Yogyakarta: UII Press.
- Ferdinand A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Huda, Choirul. 2016. *Etos Kerja Pengusaha Muslim*. 2016. Jurnal Economica. Vol 7 Edisi 2. Hal 79-107.
- Indriani E. Utomo & Edy I. C. 2020. *Model Strategi Penguatan Daya Saing Industri Kreatif Pariwisata Bernilai Kearifan Lokal*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kamilah & Fadhilah. 2017. *Marketing Syariah: Hubungan antara Agama dan Ekonomi*. Banyuwangi: LPPM Institut Agama Islam Ibrahimy.
- Kurniawan, Gogi. 2019. *Kewirausahaan di Era 4.0*. Banyumas: Sasanti Institute.
- Kurniasari, Rika Devi & Agung Utama. 2018. *Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia. Hal 467 – 477.
- Larsen, P & A. Lewis. 2007. *Haw Award Winning SMEs The Barriers to Innovation*, Jurnal Creativity and Innovation Management. Hal. 141-151.
- Lestari E.R . 2019. *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*, Malang: UB Press.

- Nurussakinah, Fatma dkk. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing*. Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia. Vol 1 No. 1. Hal 39-54.
- Pratono, Hery. 2018. *Ekonomi Perilaku Usaha Kecil: Teori Kewirausahaan, Konsep Perilaku, dan Agenda Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiarto. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. 2012. *Makroekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Sunyoto. 2015. *Keunggulan Bersaing*, Yogyakarta: CAPS.
- Suryanita, Andriyani. 2006. *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kompetensi Pengetahuan Terhadap Kapabilitas Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran*. Tesis. Universitas Diponegoro Semarang.
- Syifa, Fadhilah Laely. 2020. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM di Era Revolusi Industri 4.0*. Skripsi. IAIN Purwokerto.
- Yusanto, Muhammad Ismail. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Pers
- Utama, Louis Oey, dkk. 2020. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Kompetitif pada UKM Industri Kreatif dengan Kapasitas Inovatif sebagai Faktor Mediasi Dalam Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal Bina Manajemen. Vol. 9 No. 1. Hal 30-43.
- Wahyudin, Nanang. 2015. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Perguruan Tinggi Swasta (PTS) pada Sekolah Tinggi dan Akademi di Semarang*. Holistic Journal of Management Research. Vol. 3 No. 2. Hal 77-90.
- Widjanarko, Bambang dkk. 2015. *Kumpulan Khotbah Bisnis dan Keuangan Syariah*, Surabaya: OJK.
- Zulganef. 2013. *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.



## LAMPIRAN – LAMPIRAN

### *Lampiran 1 Kuesioner Penelitian*

#### **KUESIONER PENELITIAN**

Hal: Permohonan Pengisian Kuesioner

Kepada Yth.

Bapak/ Ibu/ Saudara Responden

Di Jepara

Dengan hormat,

Dalam rangka menyusun tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Persaingan Industri Kreatif pada Kerajinan Rotan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pengusaha Sentra Anyaman Rotan Desa Teluk Wetan Kabupaten Jepara)” maka saya:

Nama : Salsabila Rahmatika  
NIM : 1805026118  
Jurusan : S1 Ekonomi Islam  
Universitas : UIN Walisongo Semarang

Dengan kerendahan hati mohon bantuan dan partisipasi Bapak/ Ibu/ Saudara untuk mengisi pertanyaan dalam kuesioner yang terlampir. Jawaban Bapak/ Ibu/ Saudara akan diperlakukan dengan rahasia dan data ini semata-mata untuk tujuan akademis.

Atas ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara dalam mengisi kuesioner ini dengan lengkap dan sesuai dengan pendapat/ pernyataan Bapak/Ibu/Saudara, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya



Peneliti

## KUESIONER PENELITIAN

### PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN PERSAINGAN INDUSTRI KREATIF PADA KERAJINAN ROTAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS PENGUSAHA SENTRA ANYAMAN ROTAN DESA TELUK WETAN KEC. WELAHAN KAB. JEPARA)

#### I. IDENTITAS RESPONDEN

Mohon ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara mengisi daftar berikut:

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :
4. Pendidikan Terakhir :  

<input type="checkbox"/> Tidak Bersekolah	<input type="checkbox"/> SMP	<input type="checkbox"/> S1	<input type="checkbox"/> S3
<input type="checkbox"/> SD	<input type="checkbox"/> SMA	<input type="checkbox"/> S2	
5. Alamat Usaha :

#### II. PETUNJUK PENGISIAN

Bacalah baik-baik pernyataan berikut dan pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan memberi tanda centang (  $\checkmark$  ) pada kolom yang sesuai dengan apa yang Bapak/Ibu/Saudari alami dan rasakan .

Dengan petunjuk sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

### III. DAFTAR PERTANYAAN

#### 1. Variabel X1, Orientasi Kewirausahaan

NO	Keterangan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mampu mengembangkan ide – ide baru dalam usaha saya.					
2.	Saya mampu berinovasi pada produk kerajinan rotan sesuai keinginan konsumen yang belum terpenuhi.					
3.	Dalam memproduksi kerajinan rotan, saya selalu menyesuaikan selera konsumen dari waktu ke waktu.					
4.	Saya selalu proaktif dalam usaha dengan menghasilkan kerajinan rotan dalam model baru sesuai selera konsumen.					
5.	Saya memiliki inisiatif kuat melakukan segala upaya untuk meningkatkan keuntungan dan mengembangkan usaha demi kemajuan usaha.					
6.	Jika terjadi risiko dalam usaha saya, saya mampu mengelola risiko tersebut					
7.	Saya berani mengambil risiko atas keputusan dalam usaha yang saya buat.					

#### 2. Variabel X2, Inovasi Produk

NO	Keterangan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya memproduksi kerajinan rotan sesuai <i>trend</i> dipasar yang sedang ramai dengan tetap membuat inovasi produk.					
2.	Saya selalu memproduksi kerajinan rotan sesuai kebutuhan konsumen tiap waktu.					
3.	Inovasi produk yang saya lakukan selalu bisa diterima baik oleh konsumen.					
4.	Inovasi produk yang saya lakukan dapat dikembangkan lebih luas lagi jika dibutuhkan.					
5.	Saya menghasilkan produk kerajinan rotan berbeda dengan produk kerajinan pesaing.					
6.	Produk kerajinan rotan memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan produk lain.					
7.	Saya harus mengembangkan produk – produk kerajinan rotan untuk menjaga keunggulan produk dengan pesaing.					

### 3. Variabel Y, Keunggulan Persaingan

NO	Keterangan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Harga produk kerajinan rotan yang saya tawarkan mampu bersaing dengan yang lain.					
2.	Saya menjual produk - produk kerajinan rotan dengan harga sesuai bentuk dan ukuran dari produk yang dihasilkan tanpa mengurangi kualitas.					
3.	Keunggulan produk kerajinan rotan yang saya produksi memiliki ciri khas tersendiri sehingga meningkatkan keunggulan bersaing.					
4.	Saya menghasilkan produk kerajinan rotan dengan tekstur yang berbeda – beda dan warna menarik, sehingga tidak mudah ditiru produk kerajinan lainnya.					
5.	Saya memproduksi kerajinan rotan dengan memilih bahan baku yang berkualitas sehingga tahan lama.					
6.	Saya mampu menghasilkan produk – produk kerajinan rotan yang berkualitas dan memiliki nilai manfaat lebih bagi konsumen.					

#### Lampiran 2 Uji Kuesioner Skor Butir Instrumen Penelitian

##### A. Skor Butir Uji Kuesioner Variabel Orientasi Kewirausahaan (X1)

No. Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Total X1
1	4	4	5	5	5	4	5	32
2	5	5	5	4	5	5	4	33
3	5	5	5	5	5	5	5	35
4	5	5	5	5	5	4	5	34
5	5	5	5	5	5	5	5	35
6	5	5	5	5	5	5	5	35
7	4	4	4	5	4	3	5	29
8	5	5	5	3	5	5	3	31
9	5	5	5	4	5	3	4	31
10	4	4	3	3	3	4	3	24
11	5	5	4	3	4	4	3	28
12	5	5	5	5	5	5	5	35
13	5	5	5	5	5	4	5	34

14	5	5	5	5	5	4	5	34
15	3	5	5	3	5	3	3	27
16	5	5	5	5	5	5	5	35
17	5	5	5	5	5	5	5	35
18	5	4	4	2	4	4	2	25
19	5	5	5	4	5	5	4	33
20	5	5	5	5	5	5	5	35
21	5	5	4	5	4	5	5	33
22	5	5	5	5	5	5	5	35
23	5	5	5	5	5	4	5	34
24	5	5	5	5	5	4	5	34
25	5	5	5	5	5	3	5	33
26	5	5	5	4	5	5	4	33
27	5	5	5	5	5	5	5	35
28	4	4	4	4	4	3	4	27
29	5	5	5	5	5	5	5	35
30	5	5	5	5	5	5	5	35
31	4	4	4	4	4	4	4	28
32	5	5	5	4	5	5	4	33
33	5	5	5	4	5	5	4	33
34	5	5	5	5	5	3	5	33
35	5	5	5	5	5	4	5	34
36	5	5	5	5	5	5	5	35
37	4	5	5	5	5	5	5	34
38	5	5	5	4	5	5	4	33
39	4	4	5	5	5	4	5	32
40	4	5	4	5	4	5	5	32
41	5	4	4	5	4	3	3	28
42	4	5	4	5	4	5	5	32
43	5	5	5	4	5	4	4	32
44	5	5	5	5	5	5	5	35
45	4	4	5	3	5	5	3	29
46	5	4	4	4	4	4	4	29

47	5	4	5	4	5	5	4	32
48	4	4	4	4	4	4	4	28
49	4	4	4	4	4	4	4	28
50	4	4	4	4	4	5	4	29
51	5	5	5	5	5	5	5	35
52	5	5	5	5	5	5	5	35
53	5	5	5	5	5	5	5	35
54	5	5	5	4	5	5	4	33
55	5	5	5	5	5	5	5	35
56	4	5	5	5	5	5	5	34
57	4	5	4	5	4	5	5	32
58	5	4	5	4	5	5	4	32
59	5	5	5	4	5	3	4	31
60	5	5	4	4	4	4	4	30
61	4	4	5	5	5	4	5	32
62	5	5	5	4	5	5	4	33
63	5	5	5	5	5	5	5	35
64	5	5	5	4	5	4	5	33

B. Skor Butir Uji Kuesioner Variabel Inovasi Produk (X2)

No. Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	Total X2
1	5	4	5	4	4	5	5	32
2	4	5	5	5	5	5	4	33
3	4	5	5	5	5	5	5	34
4	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
6	4	3	5	5	5	5	5	32
7	5	4	4	4	4	4	5	30
8	5	4	5	5	5	5	3	32
9	5	5	5	5	5	5	4	34
10	3	3	5	4	4	3	3	25
11	4	4	5	5	5	4	3	30

12	5	5	5	5	5	5	5	35
13	5	4	5	5	5	5	5	34
14	5	5	5	5	5	5	5	35
15	4	4	4	3	5	5	3	28
16	5	5	5	5	5	5	5	35
17	5	5	5	5	5	5	5	35
18	4	4	5	5	4	4	3	29
19	4	4	5	5	5	5	4	32
20	4	4	5	5	5	5	5	33
21	5	5	5	5	5	4	5	34
22	5	5	5	5	5	5	5	35
23	4	5	5	5	5	5	5	34
24	5	5	5	5	5	5	5	35
25	5	5	5	5	5	5	4	34
26	4	5	5	5	5	5	4	33
27	5	5	5	5	5	5	5	35
28	4	4	4	4	4	4	4	28
29	4	4	5	5	5	5	5	33
30	5	5	5	5	5	5	5	35
31	4	4	4	4	4	4	4	28
32	5	5	5	5	5	5	4	34
33	5	5	5	5	5	5	4	34
34	5	5	5	5	5	5	5	35
35	4	5	5	5	5	5	5	34
36	4	5	5	5	5	5	5	34
37	5	5	5	4	5	5	5	34
38	5	5	5	5	5	5	4	34
39	5	5	5	4	4	5	5	33
40	5	5	4	4	5	4	5	32
41	3	3	5	5	4	4	3	27
42	4	5	4	4	5	4	5	31
43	5	5	5	5	5	5	4	34
44	5	5	5	5	5	5	5	35

45	5	5	5	4	4	5	3	31
46	4	5	4	4	4	4	4	29
47	4	5	4	5	4	5	4	31
48	5	5	5	4	4	4	4	31
49	4	5	5	4	4	4	4	30
50	4	4	4	4	4	4	4	28
51	5	5	5	5	5	5	5	35
52	5	5	5	5	5	5	5	35
53	5	5	5	5	5	5	5	35
54	5	5	5	5	5	5	4	34
55	5	5	5	5	5	5	5	35
56	4	5	5	4	5	5	5	33
57	4	5	5	4	5	4	5	32
58	5	5	5	5	4	5	4	33
59	4	4	4	5	5	5	4	31
60	4	4	4	5	5	4	4	30
61	5	5	5	4	4	5	5	33
62	4	5	5	5	5	5	4	33
63	4	5	5	5	5	5	5	34
64	5	4	5	5	5	5	4	33

C. Skor Butir Uji Kuesioner Variabel Keunggulan Persaingan Industri Kreatif (Y)

No. Responden	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Total Y1
1	5	4	5	4	5	5	28
2	4	5	5	5	5	4	28
3	4	5	5	5	5	5	29
4	5	5	5	4	5	5	29
5	5	5	5	5	5	5	30
6	4	3	5	5	5	5	27
7	5	4	3	3	4	5	24
8	5	4	5	5	5	3	27
9	5	5	5	3	5	4	27



10	3	3	4	4	3	3	20
11	4	4	4	4	4	3	23
12	5	5	5	5	5	5	30
13	5	4	5	4	5	5	28
14	5	5	5	4	5	5	29
15	4	4	3	3	5	3	22
16	5	5	5	5	5	5	30
17	5	5	5	5	5	5	30
18	4	4	4	4	4	2	22
19	4	4	5	5	5	4	27
20	4	4	5	5	5	5	28
21	5	5	4	5	4	5	28
22	5	4	5	5	5	5	29
23	4	4	4	4	5	5	26
24	5	5	4	4	5	5	28
25	5	4	5	3	5	5	27
26	4	4	5	5	5	4	27
27	5	5	5	5	5	5	30
28	4	5	5	3	4	4	25
29	4	4	5	5	5	5	28
30	5	5	5	5	5	5	30
31	4	4	4	4	4	4	24
32	5	4	4	5	5	4	27
33	5	5	5	5	5	4	29
34	5	3	4	3	5	5	25
35	4	5	5	4	5	5	28
36	4	5	5	5	5	5	29
37	5	5	5	5	5	5	30
38	5	5	5	5	5	4	29
39	5	4	5	4	5	5	28
40	5	5	4	5	4	5	28
41	3	4	3	3	4	3	20
42	4	5	4	5	4	5	27

43	5	5	5	4	5	4	28
44	5	4	4	5	5	5	28
45	5	4	5	5	5	3	27
46	4	5	5	4	4	4	26
47	4	4	5	5	5	4	27
48	5	4	5	4	4	4	26
49	4	5	5	4	4	4	26
50	4	4	4	5	4	4	25
51	5	5	5	5	5	5	30
52	5	4	4	5	5	5	28
53	5	5	5	5	5	5	30
54	5	5	4	5	5	4	28
55	5	4	5	5	5	5	29
56	4	5	5	5	5	5	29
57	4	5	5	5	4	5	28
58	5	4	5	5	5	4	28
59	4	5	5	3	5	4	26
60	4	4	5	4	4	4	25
61	5	4	5	4	5	5	28
62	4	5	5	5	5	4	28
63	4	5	5	5	5	5	29
64	5	5	5	4	5	5	29



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185  
website : febi. Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

Nomor : 2227/Un.10.5/D1/PG.00.00/07/2021  
Sifat : Biasa  
Lamp. : -  
Hal : Permohonan Ijin Riset / Penelitian

15 Juli 2021

Kedada Yth :  
Kepala Desa Teluk Wetan Jepara  
Di Tempat.

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak / Ibu memberikan izin riset kepada :

Nama	:	SALSABILA RAHMATIKA
Nim	:	1805026118
Semester	:	VII
Jurusan / Prodi	:	S1 Ekonomi Islam
Alamat	:	Desa Kalipucang Kulon Rt 06/ Rw 03, Kecamatan Welahan, Kabupaten Jepara
Tujuan Penelitian	:	Mencari data untuk penyusunan Skripsi
Judul Skripsi	:	PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN PERSAINGAN INDUSTRI KREATIF PADA KERAJINAN ROTAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
Waktu Penelitian	:	22 Juli 2021
Lokasi Penelitian	:	Sentra Industri Kerajinan Rotan Desa Teluk Wetan, Kecamatan Welahan, Kabupaten Jepara

Demikian surat permohonan riset, dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

A.n. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
dan Lembaga,



Tembusan :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Lampiran 4 Surat Keterangan Penelitian



**PEMERINTAH KABUPATEN JEPARA  
KECAMATAN WELAHAN  
DESA TELUKWETAN**

**Jl. Telukwetan – Kalipucang km 1 Welahan Jepara, Kode Pos 59464**

No. Kode Desa : 3320030014

**SURAT KETERANGAN**  
NOMOR : 070/461/VIII/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Budi Santosa, S.Pd  
Jabatan : Kepala Desa Telukwetan Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Salsabila Rahmatika  
NIM : 1805026118  
Jurusan : S1 Ekonomi Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Untuk memperoleh gelar Sarjana orang tersebut telah melaksanakan penelitian pada tanggal 22 Juli sampai 2 Agustus 2021 di Desa Telukwetan Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara. Dengan keperluan penyusunan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Persaingan Industri Kreatif pada Kerajinan Rotan Dalam Perspektif Ekonomi Islam"**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Telukwetan, 03 Agustus 2021  
Kepala Desa Telukwetan  
  
PETINGGI  
TELUKWETAN  
Budi Santosa, S.Pd  


*Lampiran 5 Data Responden*

No.	Nama	Umur (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Alamat Usaha
1	Syaiful Rochim	30	SMA	Desa Teluk Wetan RT 06 /RW 01
2	Supriyanto	28	S1	Desa Teluk Wetan RT 02/ RW 01
3	Muchson	37	SMA	Desa Teluk Wetan RT 03 / RW 01
4	Khoirul Muttaqin	25	S1	Desa Teluk Wetan RT 03/ RW 01
5	Nur Hadi	56	SMP	Desa Teluk Wetan RT 03/ RW 01
6	Siti Rohmah	44	SD	Desa Teluk Wetan RT 04/ RW 01
7	Masruri	50	SMA	Desa Teluk Wetan RT 04/ RW 01
8	Mastopah	53	SD	Desa Teluk Wetan RT 04/ RW 01
9	Sahli Sarmila	52	SD	Desa Teluk Wetan RT 04/ RW 01
10	Mohadi	57	SD	Desa Teluk Wetan RT 04/ RW 01
11	Fadholi	53	SMP	Desa Teluk Wetan RT 04/ RW 01
12	Sulis tatik	52	SD	Desa Teluk Wetan RT 04/ RW 01
13	Sudiro	39	SMA	Desa Teluk Wetan RT 04/ RW 01
14	Sutrimo	56	SD	Desa Teluk Wetan RT 04/ RW 01
15	Karyono	53	SMA	Desa Teluk Wetan RT 04/ RW 01
16	Naskan	51	SMP	Desa Teluk Wetan RT 05/ RW 01
17	Sukarmo	49	SMP	Desa Teluk Wetan RT 04/ RW 01
18	Rabani	45	SMA	Desa Teluk Wetan RT 05/ RW 01
19	Sucipto	54	SMA	Desa Teluk Wetan RT 05/ RW 01
20	Zulah	53	SD	Desa Teluk Wetan RT 05/ RW 01
21	Zainuri	57	SD	Desa Teluk Wetan RT 06/ RW 01
22	Juwaini	52	SMP	Desa Teluk Wetan RT 06/ RW 01
23	Daryono	54	SMA	Desa Teluk Wetan RT 06/ RW 01
24	Sumagi	52	SD	Desa Teluk Wetan RT 06/ RW 01
25	Karjono	51	SD	Desa Teluk Wetan RT 06/ RW 01
26	Sudarso	53	SMP	Desa Teluk Wetan RT 06/ RW 01
27	Darwadi	39	SMA	Desa Teluk Wetan RT 06/ RW 01
28	Salim	50	SD	Desa Teluk Wetan RT 06/ RW 01
29	Yanis Abdullah	38	SMA	Desa Teluk Wetan RT 06/ RW 01
30	Ratemen	54	SD	Desa Teluk Wetan RT 06/ RW 01
31	Masrukin	52	SD	Desa Teluk Wetan RT 06/ RW 01
32	Darwati	47	SMA	Desa Teluk Wetan RT 06/ RW 01
33	Mundofar	57	SMA	Desa Teluk Wetan RT 06/ RW 01
34	Solikin	52	SMA	Desa Teluk Wetan RT 06/ RW 01
35	Subakir	54	SMA	Desa Teluk Wetan RT 06/ RW 01
36	Karjono	57	SD	Desa Teluk Wetan RT 06/ RW 01
37	Kardono	52	SMA	Desa Teluk Wetan RT 06/ RW 01
38	Raslan	58	SD	Desa Teluk Wetan RT 06/ RW 01
39	Sunarji	43	SMP	Desa Teluk Wetan RT 07/ RW 01
40	Sawinah	49	SD	Desa Teluk Wetan RT 07/ RW 01

41	Maryam	56	SD	Desa Teluk Wetan RT 07/ RW 01
42	Muslim	61	SD	Desa Teluk Wetan RT 07/RW 01
43	Kuturadi	35	SMA	Desa Teluk Wetan RT 07/ RW 01
44	Sutimah	50	SD	Desa Teluk Wetan RT 07/ RW 01
45	Sahli	54	SMA	Desa Teluk Wetan RT 08/ RW 01
46	Barnawi	57	SD	Desa Teluk Wetan RT 08/ RW 01
47	Hadi Sukoco	32	SMA	Desa Teluk Wetan RT 08/ RW 01
48	Muslikan	55	SMA	Desa Teluk Wetan RT 08/ RW 01
49	Giri tuni	56	SD	Desa Teluk Wetan RT 08/ RW 01
50	Taryanto	54	SMA	Desa Teluk Wetan RT 08/ RW 01
51	Suhardi	42	SMA	Desa Teluk Wetan RT 08/ RW 01
52	Prayitno	39	SMA	Desa Teluk Wetan RT 09/ RW 01
53	Subkhi	62	SD	Desa Teluk Wetan RT 09/ RW 01
54	Sutrisno	57	SD	Desa Teluk Wetan RT 10/ RW 02
55	Hartoyo	52	SMA	Desa Teluk Wetan RT 11/ RW 02
56	Sugiarti	52	SD	Desa Teluk Wetan RT 12/ RW 02
57	Zuriyah	50	SMA	Desa Teluk Wetan RT 12/ RW 02
58	Suhartoyo	48	SMA	Desa Teluk Wetan RT 13 / RW 02
59	Sumaikah	39	SD	Desa Teluk Wetan RT 15/ RW 02
60	Bulhadi	44	SMP	Desa Teluk Wetan RT 16/ RW 02
61	Tohari	43	SMP	Desa Teluk Wetan RT 18/ RW 03
62	Masroh	35	SMP	Desa Teluk Wetan RT 19/ RW 03
63	Kasdono	46	SMP	Desa Teluk Wetan RT 22/ RW 03
64	Abdul Wahab	35	SMA	Desa Teluk Wetan RT 23/ RW 03

*Lampiran 6 Hasil Output - SPSS Uji Statistik Deskriptif*

**Descriptive Statistics**

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Total_X1	64	24	35	32.31	2.777
Total_X2	64	25	35	32.64	2.406
Total_Y1	64	20	30	27.31	2.322
Valid N (listwise)	64				

Lampiran 7 Hasil Output – SPSS Uji Validitas

A. Variabel Orientasi Kewirausahaan (X1)

		Correlations							Total_X
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	1
X1.1	Pearson Correlation	1	.485**	.423**	.157	.423**	.236	.140	.536**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.214	.001	.060	.269	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.2	Pearson Correlation	.485**	1	.512**	.332**	.512**	.320*	.409**	.694**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.007	.000	.010	.001	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.3	Pearson Correlation	.423**	.512**	1	.324**	1.000**	.265*	.393**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.009	.000	.034	.001	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.4	Pearson Correlation	.157	.332**	.324**	1	.324**	.169	.925**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.214	.007	.009		.009	.181	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.5	Pearson Correlation	.423**	.512**	1.000**	.324**	1	.265*	.393**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.009		.034	.001	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.6	Pearson Correlation	.236	.320*	.265*	.169	.265*	1	.239	.546**
	Sig. (2-tailed)	.060	.010	.034	.181	.034		.057	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.7	Pearson Correlation	.140	.409**	.393**	.925**	.393**	.239	1	.787**
	Sig. (2-tailed)	.269	.001	.001	.000	.001	.057		.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64

Total_X1	Pearson Correlation	.536**	.694**	.755**	.736**	.755**	.546**	.787**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	64	64	64	64	64	64	64	64

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## B. Variabel Inovasi Produk (X2)

		Correlations							Total_X2
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	
X2.1	Pearson Correlation	1	.529**	.285*	.177	.226	.473**	.375**	.683**
	Sig. (2-tailed)		.000	.022	.162	.072	.000	.002	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.2	Pearson Correlation	.529**	1	.236	.139	.287*	.416**	.431**	.684**
	Sig. (2-tailed)	.000		.061	.272	.021	.001	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.3	Pearson Correlation	.285*	.236	1	.485**	.311*	.442**	.171	.573**
	Sig. (2-tailed)	.022	.061		.000	.012	.000	.177	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.4	Pearson Correlation	.177	.139	.485**	1	.534**	.466**	.155	.590**
	Sig. (2-tailed)	.162	.272	.000		.000	.000	.221	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.5	Pearson Correlation	.226	.287*	.311*	.534**	1	.512**	.370**	.669**
	Sig. (2-tailed)	.072	.021	.012	.000		.000	.003	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.6	Pearson Correlation	.473**	.416**	.442**	.466**	.512**	1	.358**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000		.004	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64



X2.7	Pearson Correlation	.375**	.431**	.171	.155	.370**	.358**	1	.673**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.177	.221	.003	.004		.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
Total_X2	Pearson Correlation	.683**	.684**	.573**	.590**	.669**	.769**	.673**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	64	64	64	64	64	64	64	64

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### C. Variabel Keunggulan Persaingan (Y)

		Correlations						Total_Y
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	1
Y1.1	Pearson Correlation	1	.194	.208	.143	.473**	.408**	.612**
	Sig. (2-tailed)		.124	.100	.261	.000	.001	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
Y1.2	Pearson Correlation	.194	1	.326**	.204	.167	.272*	.563**
	Sig. (2-tailed)	.124		.009	.105	.188	.030	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
Y1.3	Pearson Correlation	.208	.326**	1	.336**	.435**	.288*	.660**
	Sig. (2-tailed)	.100	.009		.007	.000	.021	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
Y1.4	Pearson Correlation	.143	.204	.336**	1	.265*	.239	.605**
	Sig. (2-tailed)	.261	.105	.007		.034	.057	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
Y1.5	Pearson Correlation	.473*	.167	.435**	.265*	1	.393**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000	.188	.000	.034		.001	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64

Y1.6	Pearson Correlation	.408*	.272*	.288*	.239	.393**	1	.708**
	Sig. (2-tailed)	.001	.030	.021	.057	.001		.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
Total_Y1	Pearson Correlation	.612*	.563**	.660**	.605**	.674**	.708**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	64	64	64	64	64	64	64

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Lampiran 8 Hasil Output - SPSS Uji Reabilitas

#### A. Variabel Orientasi Kewirausahaan (X1)

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	64	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	64	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.798	7

#### B. Variabel Inovasi produk (X2)

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	64	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	64	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.779	7

### C. Variabel Keunggulan Persaingan (Y)

#### Case Processing Summary

Cases	N		%	
	Valid	Excluded <sup>a</sup>	Total	
	64	0	64	100.0
				.0
				100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.698	6

### Lampiran 9 Hasil Output - SPSS Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		64
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.10678909
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.110
	Positive	.063
	Negative	-.110
Test Statistic		.110
Asymp. Sig. (2-tailed)		.062 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 10 Hasil Output - SPSS Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.844		1.901	.444	.659	
	Total_X1	.388	.464	.117	3.327	.001	5.430
	Total_X2	.427	.442	.135	3.170	.002	5.430

a. Dependent Variable: Total\_Y1

Lampiran 11 Hasil Output- SPSS Uji Heterokedastisitas

			Total_X1	Total_X2	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Total_X1	Correlation Coefficient	1.000	.838**	-.122
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.337
		N	64	64	64
	Total_X2	Correlation Coefficient	.838**	1.000	-.121
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.342
		N	64	64	64
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.122	-.121	1.000
		Sig. (2-tailed)	.337	.342	.
		N	64	64	64

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 12 Hasil Output - SPSS Analisis Regresi Berganda

Variables Entered/Removed <sup>a</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Total_X2, Total_X1 <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Total\_Y1

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.884 <sup>a</sup>	.781	.774	1.103

a. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

b. Dependent Variable: Total\_Y1

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	265.500	2	132.750	109.060	.000 <sup>b</sup>
	Residual	74.250	61	1.217		
	Total	339.750	63			

a. Dependent Variable: Total\_Y1

b. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.844	1.901		.444	.659
	Total_X1	.388	.117	.464	3.327	.001
	Total_X2	.427	.135	.442	3.170	.002

a. Dependent Variable: Total\_Y1

*Lampiran 13 Hasil Output – SPSS Uji Koefisien Determinasi***Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.884 <sup>a</sup>	.781	.774	1.103

a. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

b. Dependent Variable: Total\_Y1

*Lampiran 14 Hasil Output – SPSS Uji Statistik t***Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.844	1.901		.444	.659
	Total_X1	.388	.117	.464	3.327	.001
	Total_X2	.427	.135	.442	3.170	.002

a. Dependent Variable: Total\_Y1

Lampiran 15 Hasil Output – SPSS Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	265.500	2	132.750	109.060	.000 <sup>b</sup>
	Residual	74.250	61	1.217		
	Total	339.750	63			

a. Dependent Variable: Total\_Y1

b. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Salsabila Rahmatika  
Tempat, tanggal lahir : Jepara, 22 Januari 2001  
Alamat : Desa Kalipucang Kulon RT 006/ RW 003, Kec. Welahan, Kab. Jepara.  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Telepon : 082138713918  
Email : [salsabilarahmatika22@gmail.com](mailto:salsabilarahmatika22@gmail.com)

### Riwayat Pendidikan :

- TK Mardi Putra 2005 – 2006
- SDN 1 Kalipucang Kulon 2006 – 2012
- SMPN 1 Welahan 2012 – 2015
- SMAN 1 Welahan 2015 – 2018

### Pengalaman Organisasi :

- Pengurus PMII Rayon Ekonomi 2019-2021
- Bendahara Senat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2020-2021
- Kader Koperasi Mahasiswa UIN Walisongo Semarang 2018-2019

Semarang, 10 Desember 2021

Penulis



**Salsabila Rahmatika**

NIM. 1805026118