

***THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION, ABSORPTIVE CAPACITY AND INNOVATION STRATEGY ON COMPETITIVE ADVANTAGE
(STUDY ON APPAREL SMES IN SUKABUMI CITY)***

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, KAPASITAS DAYA SERAP
DAN STRATEGI INOVASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING
(STUDI PADA IKM PAKAIAN JADI DI KOTA SUKABUMI)**

Nabila Salsabila Rahman¹, Erry Sunarya², Dicky Jhoansyah³

Administrasi Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sukabumi^{1,2,3}

bilabil22@ummi.ac.id¹, errysoen@ummi.ac.id², dicky.jhoansyah@ummi.ac.id³

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of entrepreneurial orientation, absorptive capacity, and innovation strategy on competitive advantage using quantitative methods through descriptive and associative approaches. The sample used in this study was 46 apparel SMIs business actors in Sukabumi City using non probability sampling saturated sample method. This study used multiple linear regression as a data analysis technique. The results in this study indicate that entrepreneurial orientation, absorptive capacity and innovation strategy simultaneously affect competitive advantage. While in the results of hypothesis testing entrepreneurial orientation has no partial effect on competitive advantage, however, absorptive capacity and innovation strategy have a partially significant effect on competitive advantage.

Keywords: *Entrepreneurial Orientation, Absorptive Capacity, Innovation Strategy, Competitive Advantage*

ABSTRAK

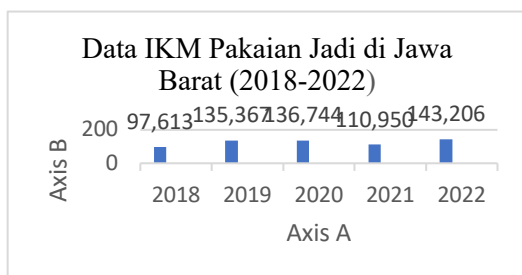
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kapasitas Daya Serap, dan Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing dengan menggunakan metode kuantitatif melalui pendekatan deskriptif dan asosiatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 46 pelaku usaha IKM Pakaian Jadi di Kota Sukabumi dengan menggunakan non probability sampling metode sampel jenuh. Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda sebagai teknik analisis data. Hasil dalam penelitian ini menunjukan bahwa orientasi kewirausahaan, kapasitas daya serap dan strategi inovasi berpengaruh secara simultan terhadap keunggulan bersaing. Sedangkan dalam hasil uji hipotesis orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keunggulan bersaing, akan tetapi, kapasitas daya serap dan strategi inovasi memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keunggulan bersaing.

Kata Kunci: *Orientasi Kewirausahaan, Kapasitas Daya Serap, Strategi Inovasi, dan Keunggulan Bersaing.*

PENDAHULUAN

Era globalisasi dalam pertumbuhan bisnis sangat berkembang pesat, terutama dalam sektor *fashion industry*. Gaya hidup dan teknologi yang semakin canggih mendukung masyarakat dalam mengikuti mode *fashion* yang selalu dibutuhkan secara terus-menerus. (Firmansyah et al., 2019). IKM Pakaian Jadi di Kota Sukabumi sebagai salah satu industri kecil menengah yang menjadi perhatian dalam persaingan bisnis *fashion*, untuk bertahan ditengah *hyper competition* IKM Pakaian Jadi harus memiliki strategi yang baik dalam mempertahankan perusahaan dalam

keunggulan bersaing Perusahaan pada umumnya pasti memiliki tujuan untuk mencapai keberhasilannya dalam persaingan pasar. Pada bulan Januari – November 2021 nilai ekspor industri pakaian Indonesia mencapai US\$ 7,64 miliar yang dilaporkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), angka tersebut tumbuh 19,59 % dibanding periode yang sama tahun sebelumnya kusnandar dalam (Fatahillah et al., 2023).



Gambar 1. Data IKM Pakaian Jadi di Jawa Barat (2018-2022)

Sumber: Badan Pusat Statistik (jabar.bps.go.id, 2024)

Gambar 1 menunjukkan selama 5 tahun terakhir grafik pertumbuhan IKM Pakaian Jadi di Jawa Barat mengalami kenaikan yang sangat signifikan pada tahun 2022 yaitu sebanyak 143.206, dan penurunan paling signifikan terjadi pada tahun 2021 sebanyak 2,5%. (jabar.bps.go.id, 2024). Salah satu penurunan IKM Pakaiaam Jadi disebabkan oleh dampak *covid-19* yang berdampak juga pada perekonomian Indonesia, sekitar 20- 25% produktivitas eknomi menurun. Hal ini membutuhkan waktu itu pereknomian Indonesia kembali stabil. Menurut Panday dalam (Nurfitriah et al., 2022).

Sebagaimana kita ketahui bahwa Industri Kecil Menengah (IKM) merupakan tulang punggung ekonomi di Indonesia, dengan adanya pandemi salah satu sektor ekonomi pada IKM Pakaian Jadi juga terkena imbasnya. Dengan fenomena tersebut menyebabkan jumlah pesaing IKM Pakaian Jadi berlomba-lomba menciptakan keunggulannya masing masing untuk mempertahankan usahanya.

Tabel 1. Data IKM Pakaian Jadi di Kota Sukabumi

Tahun	Jumlah
2021	57
2022	50
2023	46

Sumber : (DISKOPERINDAG Kota Sukabumi, 2024)

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan penurunan jumlah IKM Pakaian Jadi

yang terdaftar di Diskoperindag Kota Sukabumi pada tahun 2024. Terdapat 7 Kecamatan di Kota Sukabumi yang menjadi lokasi usaha IKM Pakaian Jadi yaitu Cikole, Cibeureum, Citamiang, Lembur Situ, Baros, Gunungpuyuh, dan Warudoyong. Ada beberapa kendala IKM (Industri Kecil Menengah) di Kota Sukabumi terkait beberapa faktor seperti kurangnya strategi inovasi dari beberapa pelaku usaha IKM Pakaian Jadi mengalami penurunan karena kurangnya mempersiapkan strategi dalam menjalani bisnisnya. Dari fenomena tersebut peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kapasitas Daya Serap dan Strategi Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing”.

Manajemen

George R.Terry dalam Syahputra & Aslami, (2023) menyatakan “Manajemen merupakan sebuah proses yang memiliki ciri khas dari tindakan perencanaan, pergerakan, pengorganisasian dan pengendalian yang bertujuan untuk pemanfaatan sumber daya manusia dan lainnya”. Didukung oleh pengertian Afandi, (2018) Manajemen yaitu mencakup orang yang bekerja untuk melaksanakan fungsi perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*Organizing*), penyusunan, personalia atau kepegawaian (*Staffing*), pengarahan dan kepemimpinan (*Leading*) dan pengawasan (*Controlling*) dalam mencapai tujuan organisasinya. Manajemen adalah strategi yang mengatur dan menyusun proses pengolahan sumber daya manusia yang efektif dan efisien dalam mencapai tujuannya.

Manajemen Strategi

Ahmad, (2020) Menyatakan bahwa manajemen strategi merupakan

kegiatan formulasi, implementasi yang termasuk tindakan manajerial dan berkelanjutan untuk mencapai tujuan sebuah organisasi yang diinginkan dalam jangka pendek maupun panjang yang diiringi dengan evaluasi strategik. Manajemen strategi diartikan sebagai seni untuk merumuskan suatu tujuan material dengan ilmu penyusunan, penerapan, pengevaluasian dalam mengkombinasikan aktivitas fungsional untuk mencapai tujuan organisasi tersebut.

Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan menurut Utama, (2018) merupakan sifat pantang menyerah, berani mengambil resiko, kecepatan dan fleksibilitas dalam menganut karakteristik dan nilai dari wirausaha itu sendiri. Sedangkan pengertian lain menurut porter dalam Widiatmo & Retnawati, (2019) Orientasi Kewirausahaan diartikan sebagai perusahaan atau market place yang memiliki strategi benefit dalam berkompetisi secara lebih efektif dibanding yang sama. Orientasi kewirausahaan bertujuan berkompetensi untuk mencapai profitabilitas perusahaan yang jauh lebih baik dengan menggunakan strategi keberhasilan yang lebih efektif. Dimensi orientasi kewirausahaan menurut Fahmi (2020) terdiri dari lima dimensi yaitu: keinovatifan (*innovativeness*), pengambilan resiko (*risk taking*), keaktifan (*proactiveness*), keagresifan bersaing (*competitive aggressiveness*), otonomi (*autonomy*). Selain itu, orientasi kewirausahaan memiliki tiga indikator menurut Aji dalam Umar, F, (2020) yaitu : kemampuan melakukan inovasi, berani mengambil resiko, proaktif.

Kapasitas Daya Serap

Kapasitas daya serap didefinisikan sebagai bentuk inovasi yang menjadi kontruksi penting untuk mempengaruhi fleksibilitas standar (Azahari, 2021). Kapasitas daya serap (*absorptive capacity*) memiliki tujuan untuk komersial perusahaan secara lebih konferensif dan bisa mengenali, mengevaluasi nilai informasi melalui penerapan asimilasi dengan menggunakan kemampuan untuk mengelola pengetahuan baru yang berasal dari luar perusahaan Cohen & Levinthal dalam (Sanusi et al., 2021). Kapasitas daya serap sangat penting dalam mengelola pembaruan dasar pengetahuan bagi perusahaan yang memiliki arah kepada Tingkat inovasi yang lebih tinggi dan fleksibilitas dalam konfigurasi ulang basis sumber daya yang lebih besar. Dimensi kapasitas daya serap menurut Zahra and George dalam Azahari, (2021) yaitu: Kapasitas daya serap potensial, fleksibilitas strategi, kapasitas penyerapan. Indikator kapasitas daya serap yaitu : akuisisi pengetahuan, pengembangan sumber daya, dan evaluasi nilai transformasi baru.

Strategi Inovasi

Strategi inovasi merupakan suatu alat yang menentukan arah inovasi dan tujuan strategis dalam bisnis yang mencakup pada konsep manajemen yang terdiri dari kegiatan internal dan eksternal yang meningkatkan inovasi bisnis. Hittmar et al dalam (Suhaeni et al., 2018). Sedangkan menurut Sutirna dalam Winarsih et al., (2021) didefinisikan sebagai ide praktis yang dikemas dengan metode/ cara manusia yang diamati oleh seorang atau kelompok masyarakat dalam mencapai tujuannya. Strategi inovasi adalah metode yang dikemas dengan berbagai konsep yang menekankan pembentukan

strategi inovasi secara internal dan eksternal untuk meningkatkan inovasi bisnis. Dimensi strategi inovasi Menurut Zahra & Das dalam Suhaeni et al., (2018) terdiri dari empat dimensi : orientasi kepemimpinan pasar, inovasi *followership*, sumber inovasi, Tingkat investasi. Indikator strategi inovasi yaitu : inovasi proses (*procces innovation*), inovasi produk (*product innovation*), implementasi inovasi (*implementation innovation*).

Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing diartikan sebagai sumber daya perusahaan yang memiliki kemampuan dalam mengoptimalkan sumber daya yang dimilikinya untuk mencapai pangsa pasar yang luas dan bisa memproduksi profuk yang lebih baik dari pesaing dalam segala hal (Nurhasanah et al., 2022). Sedangkan menurut Maryani & Chaniago,(2019) keunggulan bersaing adalah tindakan menganalisis kekurangan dan kelebihan yang dimiliki perusahaan dalam mengevaluasi aktivitas bisnisnya dengan menggunakan kemampuan meningkatkan keterampilan dan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Keunggulan bersaing merupakan strategi penerapan sumber daya yang didukung oleh kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan hasil yang lebih unggul dibanding pesaingnya pada industri yang sama. Dalimunthe dalam Sopandi et al., (2022) terdapat lima dimensi keunggulan bersaing yaitu : harga (*price*), kualitas (*quality*), pengiriman yang dapat diandalkan (*delivery dependability*), inovasi produk (*innovation product*), waktu ke pasar (*time to market*). Indikator keunggulan bersaing terdiri : harga bersaing, kemampuan manajemen, keuntungan, dan posisi/ tempat strategis.

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuantitaif dengan menggunakan 46 sampel IKM Pakaian Jadi di Kota Sukabumi dan menggunakan metode teknik sampel jenuh. Dalam penelitian ini teknis analisis data menggunakan regresi linear berganda dan memperoleh data melalui kuesioner yang dibagikan melalui *Google Form*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengolahan data dalam penelitian ini dibantu oleh *Software SPSS 23*, sebagai berikut :

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 2. Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
	(Constant)	1.381	3.877	.356	.023
	Orientasi Kewirausahaan	.354	.217	.230	1.627
	Kapasitas Daya Serap	.648	.269	.359	2.414
	Strategi Inovasi	.347	.139	.307	2.494

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda dapat diperoleh nilai $a = 1,381$, $b^1 = 0,354$, $b^2 = 0,648$, $b^3 = 0,347$. Selanjutnya nilai tersebut dimasukan kedalam persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y^* = 1,381 + 0,354 X_1 + 0,648 X_2 + 0,347 X_3$$

Dari persamaan regresi linear berganda diatas maka dapat disimpulkan:

1. Nilai constant sebesar $= 1,381$ memiliki nilai positif, hal ini menunjukkan pengaruh searah antara variabel independent dan variabel dependen yang meliputi orientasi kewirausahaan, kapasitas daya serap, dan strategi inovasi, maka nilai keunggulan bersaing 1,381 memiliki pengaruh searah antara variabel dependent dan variabel independent.
2. Koefisiensi orientasi kewirausahaan sebesar 0,354 yang memiliki nilai positif yang menunjukkan bahwa jika orientasi kewirausahaan memiliki kenaikan maka keunggulan bersaing

akan mengalami kenaikan sebesar 0,354. Dan mempunyai asumsi dianggap kostan dengan variabel independent lainnya. Tanda positif memiliki arti adanya pengaruh searah antara variabel orientasi kewirausahaan dengan keunggulan bersaing.

3. Koefisiensi kapasitas daya serap sebesar 0,648 yang menunjukkan bahwa nilai tersebut memiliki pengaruh positif antara variabel kapasitas daya serap dan keunggulan bersaing. Dan hal ini menunjukkan jika variabel keunggulan bersaing akan mengalami kenaikan sebesar 0,648. Tanda positif artinya menunjukkan adanya pengaruh yang searah antara variabel kapasitas daya serap terhadap keunggulan bersaing.
4. Koefisiensi strategi inovasi sebesar 0,347 yang menunjukkan nilai pengaruh positif antara variabel strategi inovasi dan keunggulan bersaing. Hal ini menunjukkan jika variabel strategi inovasi memiliki kenaikan sebesar 0,347. Menunjukkan tanda positif yaitu pengaruh yang searah antara variabel strategi inovasi terhadap keunggulan bersaing.

Hasil Pengujian Simultan Penelitian (Uji-F)

Tabel 3. Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	865.423	3	288.474	20.690	.000 ^b
	Residual	585.601	42	13.943		
	Total	1451.024	45			

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan hasil pengujian simultan diatas diperoleh nilai signifikansi untuk pengaruh X1, X2, dan X3 secara simultan terhadap Y sebanyak $0,000 < 0,05$. Kemudian jika dilihat melalui F tabel, maka diperlukan nilai df (k-1) dan df2 (n-k). Sehingga untuk nilai F tabel dengan $\alpha = 5\%$ ialah (3-1 dan 46-3) menunjukkan nilai 3.21

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak signifikan.
2. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka signifikan.

Maka dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} 20.690 > 3.21$ yang berarti variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen atau dengan kata lain adanya pengaruh variabel orientasi kewirausahaan, kapasitas daya serap, dan strategi inovasi terhadap keunggulan bersaing.

Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian (Uji t)

Tabel 4. Uji T

Model		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constan)	1.381	3.877		.356	.023
	Orientasi Kewirausahaan	.354	.217	.230	1.627	.111
	Kapasitas Daya Serap	.648	.269	.359	2.414	.020
	Strategi Inovasi	3.47	.139	.307	2.494	.017

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2024

1. Jika nilai Signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima
2. Jika nilai Signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima

Mengacu hasil uji diatas, dapat dijabarkan hasil pengujian sebagai berikut :

1. Hasil pengujian pengaruh variabel orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing menunjukkan nilai Sig 0,111 $> 0,05$ artinya tidak signifikan sedangkan nilai t hitung $1,627 < 1,681$ artinya tidak signifikan. Signifikansi disini H_0 diterima. Berdasarkan hasil uji t maka dapat diartikan variabel orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing.
2. Sedangkan hasil pengujian pengaruh variabel kapasitas daya serap terhadap keunggulan bersaing menunjukkan Sig 0,020 $< 0,05$ artinya signifikan, sedangkan nilai t hitung $2,414 > 1,681$ artinya signifikan. Signifikansi disini H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Berdasarkan hasil tersebut maka dinyatakan variabel kapasitas daya serap secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

3. Hasil pengujian pengaruh variabel strategi inovasi terhadap keunggulan bersaing menunjukkan nilai Sig 0,017 < 0,05 artinya signifikan, sedangkan nilai $t_{2,494} > 1,681$ artinya signifikan. Dari hasil tersebut maka dapat diartikan variabel strategi inovasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing karena Signifikansi H_0 ditolak dan H_1 diterima.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan pada orientasi kewirausahaan, kapasitas daya serap, dan strategi inovasi terhadap keunggulan bersaing. Sedangkan hasil pengujian secara parsial (uji-t) orientasi kewirausahaan tidak ada pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Sedangkan kapasitas daya serap dan strategi inovasi terdapat pengaruh signifikan secara parsial terhadap keunggulan bersaing.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka disarankan beberapa faktor seperti kelemahan pada orientasi kewirausahaan, kapasitas daya serap dan strategi inovasi dapat menjadi tolak ukur dalam meningkatkan keunggulan bersaing pada sektor IKM Pakaian Jadi. Terutama lebih memperhatikan pengaruh orientasi kewirausahaan agar meningkatkan efektivitas keunggulan bersaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. (2018). Manajemen sumber daya manusia (Cet 1). Zafana.
- Ahmad. (2020). Manajemen Strategis. Nas Media Pustaka.
- Azahari, S. D. (2021). Pengaruh Kapasitas Daya Serap Pengetahuan Perusahaan Fleksibilitas Strategis Terhadap Penerapan Inovasi Model Bisnis UMKM DI Riau.
- Fahmi, M. Z. R. (2020). Orientasi Kewirausahaan, karakteristik Wirausahawan, Kecepatan Inovasi Dan dampaknya Terhadap Kinerja Usaha (Studi Pada UMKM di Kabupaten Mojokerto).
- Fatahillah, L. A., Sunarya, E., & Jhoansyah, D. (2023). Pengaruh Strategi Diferensiasi Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada IKM Konveksi Di Kecamatan Caringin Kabupaten Sukabumi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 1.
- Firmansyah, M. A., Mahardhika, B. W., & Susanti, A. (2019). Pengaruh Strategi Diferensiasi dan Harga Terhadap Keunggulan Bersaing Elzatta Royal Plaza Surabaya: Vol. XVII (Issue 2).
- Jabar.bps.go.id. (2024). *BPS Provinsi Jawa Barat*. Jabar.Bps.Go.Id.
- Maryani, L., & Chaniago, D. H. (2019). Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri Fashion. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 5(1), 48.
- Nurhasanah, T. S., Sunarya, E., & Ramdan, M. A. (2022). Analisis Kapabilitas Khas Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Makanan Tradisional Khas Sukabumi. *Management*

- Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2154–2160.
- Pengaruh Orientasi Pelanggan dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk sebagai variabel intervening (Studi Pada Industri Kecil dan Menengah Knalpot di Kabupaten Purbalingga). (n.d.).
- Sanusi, F., Ganika, G., Sultan, U., & Tirtayasa, A. (2021). Strategi Meningkatkan *Absorptive Capacity* Perusahaan (studi empiris pada perusahaan jasa konstruksi skala kecil dan menengah di banten) program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas komputer indonesia bandung. In *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* (Vol. 11, Issue 1).
- Sopandi, A., Danial, R. D. M., & Jhoansyah, D. (2022). Pengaruh Perencanaan Strategi, Keunggulan Bersaing Terhadap Keberlangsungan Usaha Pada Usaha Rumah Makan Padang, Kota Sukabumi. Pengaruh Perencanaan Strategi, Keunggulan Bersaing Terhadap Keberlangsungan Usaha Pada Usaha Rumah Makan Padang, Kota Sukabumi, 3(4), 2176–2182.
- Suhaeni, T., Administrasi Niaga, J., & Negeri Bandung, P. (2018). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(1), 57.
- Syahputra, R. D., & Aslami, N. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. Manajemen Kreatif Jurnal (MAKREJU) , 1, 51–56.
- Utama, L. (2018). Pengaruh Sumber Daya Pemilik Waralaba Terhadap Kinerja Penerima Waralaba Dengan Orientasi Kewirausahaan Sebagai Mediasi . *Conference on Management and Behavioral Studies*.
- Widiatmo, G., & Retnawati, B. B. (2019). Peran Orientasi Kewirausahaan dan Sumber Daya Perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Mekarsari Kendari Semarang. *Journal of Business and Applied Management*, 12, 117–201.
- Winarsih, W., Sua'idy, & Khoirunnisa, D. (2021). Peranan Kreativitas dan Inovasi Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Kerupuk Hj Rohani di Desa Sungsang. *Jurnal Manajemen & Akuntansi Prabumulih* , 5.