

***COMPETITIVE ADVANTAGE UKM DONAT DENGAN
STRATEGI MARKET ORIENTATION,
ENTREPRENUERIAL ORIENTATION DAN
INNOVATION PRODUCT***

TESIS

Oleh:

MG.SUPENI

201820151004



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2021

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Tesis : *Competitive Advantage* UKM Donat dengan strategi
Market Orientation, Entrepreneurial Orientation
dan *Innovation Product*.

Nama Mahasiswa : MG. SUPENI

Nomor Pokok Mahasiswa : 201820151004

Program Studi/Fakultas : Magister Manajemen/Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Tanggal Lulus Ujian Tesis : 05 Februari 2021

Jakarta, 15 Februari 2021

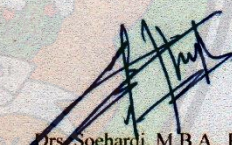
MENYETUJUI:

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., M.B.A., CRA

NIDN : 0309048102


Drs. Soehardi, M.B.A., Ph.D

NIDN : 0311096604

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tesis : *Competitive Advantage* UKM Donat dengan *strategi Market Orientation, Entrepreneurial Orientation dan Innovation Product.*

Nama Mahasiswa : MG. SUPENI

Nomor Pokok Mahasiswa : 201820151004

Program Studi/Fakultas : Magister Manajemen/Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Tanggal Lulus Ujian Tesis : 05 Februari 2021

Jakarta, 15 Februari 2021

MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji : Prof. Dr. Tri Widvastuti, S.E., Ak., M.M

NIDN : 0323036401

Penguji I : Dr. Sugeng Suroso, S.E., M.M

NIDN : 0316066201

Penguji II : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., M.B.A., CRA

NIDN : 0309048102

MENGETAHUI

Ketua Program Studi
Magister Manajemen

Dr. Faroman Syarief, S.E., M.M

NIDN: 0405095803

Dekan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP

NIDN: 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Tesis Yang Berjudul

“Competitive Advantage UKM Donat dengan strategi Market Orientation, Entrepreneurial Orientation dan Innovation Product.”.

ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi/tesis* ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 15 Februari 2021

Yang Membuat Pernyataan,



MG. SUPENI

NPM: 201820151004

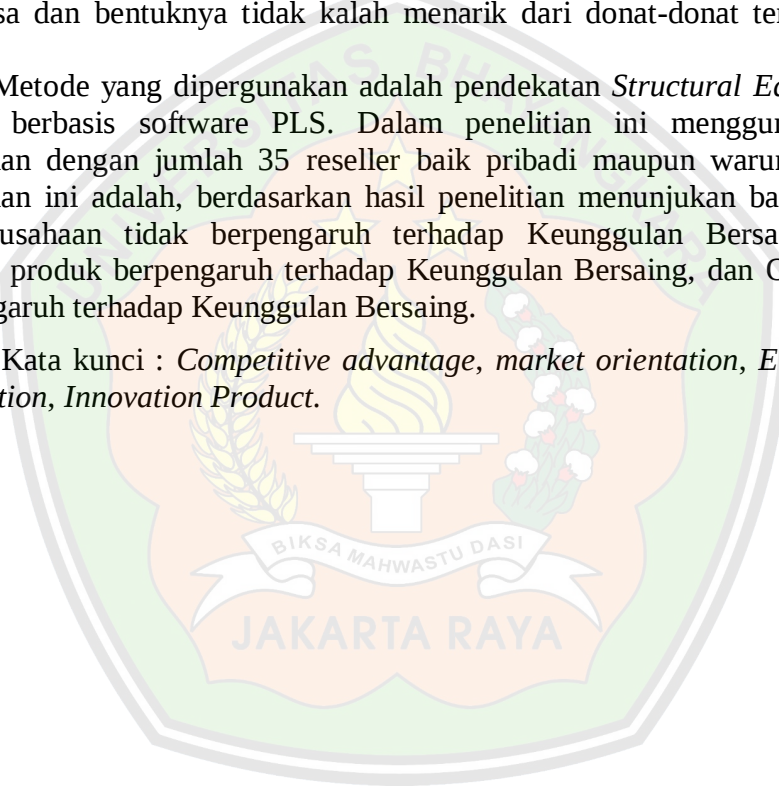
ABSTRAK

Mg Supeni 201820151004. “*Competitive Advantage* UKM Donat dengan *strategi Market Orientation, Entrepreneurial Orientation* dan *Innovation Product*.”.

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih lengkap tentang “*Competitive advantage* ukm donat dengan *strategi market orientation, Entrepreneurial orientation* dan *Innovation Product*”. Donat yang menarik, enak dan empuk dengan varian selai dan *toping filling* yang menarik dan lezat hanya ditemukan di gerai-gerai donat terkemuka seperti di kafe dan swalayan yang elit seperti plaza thamrin dll, dan pastinya harganya untuk kelas menengah kebawah sangat memberatkan. Disinilah pengusaha-pengusaha donat rumahan dan UMKM memanfaatkan peluang. Donat kampung sebutannya tapi dari rasa dan bentuknya tidak kalah menarik dari donat-donat terkemuka yang ada.

Metode yang dipergunakan adalah pendekatan *Structural Equation Model (SEM)* berbasis software PLS. Dalam penelitian ini menggunakan sampel penelitian dengan jumlah 35 reseller baik pribadi maupun warung/toko. Hasil penelitian ini adalah, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing, sehingga Inovasi produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing, dan Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing.

Kata kunci : *Competitive advantage, market orientation, Entrepreneurial orientation, Innovation Product*.



ABSTRACT

Mg Supeni 201820151004. *Competitive Advantage of UKM Donuts with Market Orientation, Entrepreneurial Orientation and Product Innovation strategies*

This research was conducted to obtain a more complete understanding of "Competitive advantage for small donuts with a market orientation strategy, Entrepreneurial orientation and Innovation Product". Attractive, tasty and tender donuts with interesting and delicious variants of jam and filling topping can only be found in reputable donut outlets such as elite cafes and supermarkets such as Plaza Thamrin etc., and of course the price for the lower middle class is very burdensome. This is where home-based donut entrepreneurs and SMEs take advantage of the opportunity. Village donuts are called, but in terms of taste and shape, they are no less interesting than the leading donuts available.

The method used is a Structural Equation Model (SEM) approach based on PLS software. In this study, using a research sample with a total of 35 resellers, both private and stalls / shops. The results of this study are, based on the research results, it shows that Entrepreneurship Orientation has no effect on Competitive Advantage, so that product innovation has an effect on Competitive Advantage, and Market Orientation has an effect on Competitive Advantage.

Keywords: *Competitive advantage, market orientation, Entrepreneurial orientation, Innovation Product*



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala karunia dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memperoleh gelar Magister Manajemen (M.M.) konsentrasi Manajemen Pemasaran pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo CA., CSRA., CMA., CACP selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Faroman Syarief, S.E., M.M selaku Kaprodi atas bimbingan, arahan dan memacu kami untuk segera menyelesaikan tesis ini.
4. Dr. Dian Tyas Untari, SE., MM., M.B.A., CRA. selaku dosen pembimbing yang banyak meluangkan waktu dan membimbing dalam penyusunan tesis ini.
5. Drs. Soehardi, M.B.A., Ph.D dosen pembimbing 2 yang telah banyak meluangkan waktu dan membimbing dalam penyusunan tesis ini
6. Prof. Tri Widyastuti, SE., AK., M.M, yang memberikan arahan dan saran dalam penulisan Tesis agar lebih baik.
7. Yayasan Brata Bhakti Polri Pusat dan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya atas beasiswa Pelatih Olahraga Berprestasi dari Strata 1 sampai dengan Strata 2.
8. Seluruh Dosen Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya beserta staff yang telah membimbing, mengarahkan, dan memberi ilmu pengetahuan.
9. Orang tua, keluarga, suami dan anak-anakku, bapak Agustian Z, senior dan yunior MM Ubharajaya, MM 46, Reseller donat dan semua pihak yang tidak disebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan baik material dan moral.

Akhir kata, penulis berharap tesis ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Jakarta, 15 Februari 2021

MG. SUPENI



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Batasan Masalah.....	11
1.7 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Pengertian <i>Competitive Advantage</i>	13
2.2 Pengertian <i>Entrepreneur Orientation</i>	14
2.3 Pengertian <i>Market Orientation</i>	16
2.4 Pengertian <i>Innovation Product</i>	19
2.5 Hasil Penelitian Terdahulu	21
2.6 Kerangka Berpikir	29
2.7 Hipotesis Penelitian	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	30
3.2 Populasi dan Sampel	30
3.3 Metode dan Desain Penelitian.....	31
3.4 Definisi Operasional Variabel	31
3.5 Metode Analisis Data	35
3.5.1 Proses Analisis Outer Model	36
3.5.1.1 Pengujian <i>Internal Consistences Reliability</i>	36
3.5.1.2 Pengujian <i>Convergent Validity</i>	36
3.5.1.3 <i>Discriminant Validity</i>	37
3.5.2 Proses Analisis Struktural Model.....	37
3.5.2.1 Pengujian <i>Structural Model Path Coefficient</i>	37
3.5.2.2 <i>Coefficient Determination</i> (R2 value).....	37
3.5.2.3 <i>Effect Size</i> (f2)	38
3.6 Uji Hipotesis.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum	39
4.2 Deskripsi Data	40
4.2.1 Penyebaran Kuesioner	40
4.2.2 Identitas Responden	41
4.2.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.2.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
4.2.2.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	43
4.3 Analisis Data	44
4.3.1 Hasil Analisis Data Pengukuran Model (Outer Model)	44
4.3.1.1 Validitas <i>Convergent</i> (Uji Validitas Konvergen).....	45
4.3.1.2 <i>Composite Reability</i>	48
4.3.1.3 <i>Cronbarch Alfa</i>	49
4.3.2 Model Struktural (Inner Model).....	51
4.3.2.1 <i>R - Square</i>	51
4.3.2.2 <i>F - Square</i>	52

4.3.3	Pengujian Hipotesis.....	53
4.4	Pembahasan.....	55
4.4.1	Pengaruh Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing.....	55
4.4.2	Pengaruh InovasiProduk terhadap Keunggulan Bersaing	56
4.4.3	Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing	56
BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL		58
5.1	Kesimpulan	58
5.2	Implikasi Manajerial.....	58
5.3	Saran	60
DAFTAR PUSTAKA.....		61



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen <i>Competitive advantage</i>	32
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen <i>Entrepreneurial orientation</i>	33
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen <i>Market orientation</i>	34
Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen Inovasi.....	34
Tabel 3.5 Skala Linkert	35
Tabel 4.1 Proses Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	40
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel.4.3 Data Responden Berdasarkan usia	41
Tabel.4.4 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
Tabel 4.5 Hasil Outer Loading Orientasi Kewirausahaan	45
Tabel 4.6 Hasil Outer Loading Inovasi.....	46
Tabel 4.7 Hasil Outer Loading Orientasi Pasar.....	46
Tabel 4.8 Hasil Outer Loading Keunggulan Bersaing.....	47
Tabel 4.9 Hasil Composite Realibility Variabel Orientasi Kewirausahaan	48
Tabel 4.10 Hasil Composite Realibility Variabel Inovasi	48
Tabel 4.11 Hasil Composite Realibility Variabel Orientasi Pasar	49
Tabel 4.12 Hasil Composite Realibility Variabel Keunggulan Bersaing	49
Tabel 4.13 Hasil Cronbarch Alpha Variabel Orientasi Kewirausahaan	49
Tabel 4.14 Hasil Cronbarch Alpha Variabel Inovasi.....	50
Tabel 4.15 Hasil Cronbarch Alpha Variabel Orientasi Pasar.....	50
Tabel 4.16 Hasil Cronbarch Alpha Variabel Keunggulan Bersaing.....	50
Tabel 4.17 Hasil R-Square	52
Tabel 4.18 Hasil Uji F – Square Orientasi Kewirausahaan	52
Tabel 4.19 Hasil Uji F – Square Inovasi	52
Tabel 4.20 Hasil Uji F – Square Orientasi Pasar	53
Tabel 4.21 Hasil Path Coefficiensts.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Alat Produksi dan Goreng	7
Gambar 1.2 Alat Filling dan Pemanas coklat serta Selai Buah.....	8
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	29
Gambar 4.1 Logo Merek Donat D’JiLa	40
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Usia	42
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasar Pendidikan.....	43
Gambar 4.4 Gambar Inner Model	44
Gambar 4.5 Gambar Model Struktural	51

