



Analisis Orientasi Pasar, Inovasi, Kemampuan Manajemen, Orientasi Kewirausahaan, terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada UMKM Olahan Ikan di Kecamatan Puger)

Silatur Rumsiyah^{1*}, Haris Hermawan², Ahmad Izzudin³

1,2,3 Universitas Muhammadiyah Jember

DOI:

<https://doi.org/10.53697/emak.v6i3.2766>

*Correspondence: Silatur Rumsiyah

Email: yahsyaarum@gmail.com

Received: 08-05-2025

Accepted: 12-06-2025

Published: 15-07-2025



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh orientasi pasar, inovasi, kemampuan manajemen, dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM olahan ikan di kecamatan pugger kabupaten jember. Penelitian ini dilaksanakan pada sejumlah UMKM yang bergerak di bidang pengolahan ikan yang tersebar di wilayah Kecamatan Puger. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner yang disebarlang langsung kepada pelaku UMKM. Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi uji instrumen validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, keempat variabel independen orientasi pasar, inovasi, kemampuan manajemen, dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Selain itu secara simultan keempat variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM olahan ikan di Kecamatan Puger. Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,988 menunjukkan bahwa 98,8% variasi dari keunggulan bersaing dapat dijelaskan oleh keempat variabel tersebut.

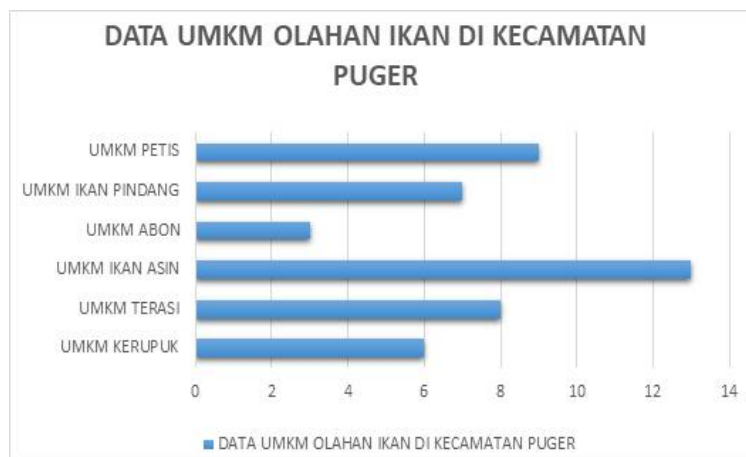
Kata Kunci: Orientasi Pasar, Inovasi, Kemampuan Manajemen, dan Orientasi Kewirausahaan, Keunggulan Bersaing

Abstract: This study aims to identify and analyze the influence of Market Orientation, Innovation, Managerial Capability, and Entrepreneurial Orientation on Competitive Advantage among fish processing MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) in Puger District, Jember Regency. The research was conducted on several MSMEs engaged in fish processing businesses located across the Puger District area. This study uses a quantitative approach with a total sample of 60 respondents, selected through a purposive sampling technique. Data were collected using questionnaires distributed directly to the MSME owners. The data analysis techniques employed in this research include instrument testing (validity and reliability), classical assumption testing, and multiple linear regression analysis. The results of the study indicate that partially, each of the four independent variables Market Orientation, Innovation, Managerial Capability, and Entrepreneurial Orientation has a positive and significant influence on Competitive Advantage. Furthermore, the four variables also have a simultaneous and significant impact on Competitive Advantage among fish processing MSMEs in Puger District. The obtained adjusted R^2 value of 0.988 indicates that 98.8% of the variation in Competitive Advantage can be explained by the four independent variables.

Keywords: Market Orientation, Innovation, Managerial Capability, Entrepreneurial Orientation, Competitive Advantage, MSMEs

Pendahuluan

Berdasarkan data yang dirilis oleh pusat data dan informasi kementerian kelautan dan Berdasarkan data Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) tahun 2024 terdapat sebanyak 76.318 unit usaha skala mikro dan kecil yang bergerak dalam bidang pengolahan hasil perikanan di seluruh wilayah Indonesia (Sahubawa et al., 2021). Dari total tersebut, sekitar 35,5% terpusat di Pulau Jawa yang berperan sebagai pusat utama aktivitas industri dan perdagangan produk perikanan. Kecamatan Puger yang terletak di Kabupaten Jember Jawa Timur merupakan wilayah pesisir dengan potensi perikanan yang melimpah. Salah satu sektor usaha yang cukup berkembang di daerah ini adalah usaha mikro kecil dan menengah UMKM yang bergerak di bidang pengolahan ikan seperti kerupuk, abon, nugget, dan berbagai produk olahan ikan lainnya. Namun untuk yang paling dikenal di kecamatan puger sendiri ialah olahan ikan yang banyak di produksi mengingat puger termasuk kecamatan yang mayoritas warganya adalah para nelayan.



Gambar 1 Data UMKM Olahan Ikan dikecamatan Puger Tahun 2025

Sumber. 1.1 Data Diolah Peneliti 2025

Produk olahan ikan di Kecamatan Puger memiliki tingkat keragaman yang tinggi baik dari sisi variasi jenis produk metode pengolahan maupun target pasar yang dituju. Sebagian pelaku UMKM telah mulai menerapkan inovasi dalam hal kemasan serta strategi pemasaran melalui media sosial dan platform digital. Namun masih ada pula yang mempertahankan cara usaha secara konvensional. Situasi ini mencerminkan adanya perbedaan dalam hal kemampuan manajerial orientasi terhadap pasar tingkat inovasi serta jiwa kewirausahaan di antara para pelaku UMKM. Dengan jumlah UMKM yang cukup besar serta beragamnya jenis produk olahan yang dihasilkan Kecamatan Puger memiliki potensi besar sebagai objek penelitian. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pengaruh orientasi pasar inovasi kemampuan manajerial dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing UMKM pengolahan ikan di wilayah tersebut. Salah satu fenomena yang terjadi pada penelitian ini memfokuskan objek kajiannya pada UMKM olahan ikan di kecamatan puger mengingat sepanjang tahun 2024 sektor ini menghadapi berbagai kendala dalam aspek sumber daya baik dari segi permodalan, teknologi, maupun keterampilan tenaga kerja. Keterbatasan tersebut

menghambat kemampuan UMKM dalam mengimplementasikan orientasi pasar, inovasi produk, kemampuan manajerial, dan orientasi kewirausahaan secara optimal, yang sebenarnya diperlukan untuk menciptakan keunggulan bersaing. Selain itu, pelaku UMKM di wilayah ini cenderung mempertahankan pola produksi berbasis tradisi atau resep turun-temurun tanpa memperhatikan perubahan *preferensi* konsumen *modern*, seperti kebutuhan akan kemasan yang praktis dan cita rasa yang sesuai dengan tren pasar. Kurangnya pemahaman terhadap dinamika pasar ini berpotensi menghambat inovasi serta pengembangan strategi pemasaran yang *adaptif*, dan mencerminkan masih rendahnya kapasitas manajerial pelaku usaha di wilayah tersebut. Menurut (Verbyani, et al 2021) orientasi pasar yaitu kemampuan UMKM dalam mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan serta preferensi konsumen merespons dinamika pasar dan menyesuaikan strategi usahanya agar tetap kompetitif dan sesuai dengan perkembangan yang terjadi. Kedua inovasi produk merupakan landasan daya saing dalam industri kreatif di mana keunikan dan kebaruan sering kali mendorong minat konsumen. Pentingnya inovasi terbuka dan menyarankan agar UMKM dapat meningkatkan kemampuan inovatif mereka dengan berkolaborasi dengan mitra *eksternal*. baru (Abunaila & Kadhim, 2022). Menurut (Falahi et al., 2023) Kemampuan manajemen mencakup peningkatan wawasan serta keterampilan dalam menerapkan konsep manajemen pada bisnis yang dijalankan. Tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro kecil adalah banyak yang memulai usaha tanpa memiliki pemahaman dan keterampilan *manajerial* yang memadai. Akibatnya mereka sering mengalami kendala dalam berbagai aspek manajemen, seperti produksi, keuangan, pemasaran. Orientasi kewirausahaan dan *startup* namun orientasi ini juga dapat ditemukan di organisasi mapan yang menumbuhkan budaya inovasi dan mendorong karyawan untuk berfikir dan bertindak secara kewirausahaan (Mukson et al., 2021). Sedangkan menurut Keunggulan bersaing merupakan suatu strategi yang digunakan oleh suatu bisnis yang mungkin tidak digunakan oleh bisnis lainnya, Penelitian ini mengambil objek pada UMKM olahan ikan yang ada di Kecamatan Puger, karena sepanjang 2024 olahan ikan yang berada di kecamatan pugger sendiri mengalami kendala dalam hal sumber daya, baik dari sisi modal, teknologi, maupun keterampilan sumber daya manusia. Ini bisa mempersulit mereka dalam menerapkan Orientasi Pasar, inovasi produk, Kemampuan Manajemen, Dan Orientasi Kewirausahaan atau layanan yang dapat meningkatkan Keunggulan bersaing. Adapun olahan ikan yang berada di kecamatan pugger memiliki masalah orientasi pasar seperti lebih fokus memproduksi berdasarkan kebiasaan atau resep turun-temurun, tetapi tidak memahami *trend* dan preferensi konsumen yang selalu berubah misalnya kemasan praktis, rasa kekinian. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam memahami perubahan kebutuhan konsumen atau *trend* pasar yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran dan inovasi produk dan kemampuan manajemen yang dimiliki oleh para pelaku usaha UMKM di kecamatan pugger. Sehingga fenomena tersebut menarik peneliti menggunakan objek tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi bisnis UMKM, khususnya dalam meningkatkan daya saing di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi

para pengambil kebijakan dan pihak terkait dalam merancang program pendampingan dan pemberdayaan UMKM di sektor pengolahan ikan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode survey. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan lembaran kuesioner kepada para pelaku usaha UMKM tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur secara objektif pengaruh variable independen terhadap variable dependen. Data analisis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengukur sejauh mana orientasi pasar, inovasi, kemampuan manajemen, dan orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Analisis data digunakan menggunakan statistik deskriptif dengan bantuan SPSS versi 25 for windows.

Menurut (Sugiyono,2019), populasi adalah Populasi merupakan sekumpulan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan digunakan sebagai sumber data dalam sebuah penelitian. Populasi mencakup individu, kelompok, atau benda yang memiliki kesamaan sifat sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah teknik Sensus agar mendapatkan data akurat tentang jumlah usaha, jenis produk yang dibuat jumlah tenaga kerja dan tantangan usaha dan Populasi yang di ambil data dari Para pelaku umkm olahan ikan di kecamatan puger. Populasi yang digunakan dalam penelitian umkm olahan ikan di kecamatan puger adalah 60 pelaku usaha UMKM.

Menurut (Sugiyono et al.,2019) sampel adalah bagian dari jumlah data karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam suatu penelitian jumlah populasi terlalu besar dan tidak memungkinkan bagi peneliti untuk meneliti seluruhnya karena keterbatasan dana tenaga dan waktu maka peneliti dapat mengambil sampel dari populasi tersebut. Hasil penelitian yang diperoleh dari sampel ini kemudian dapat digeneralisasikan ke seluruh populasi. Oleh karena itu, sampel yang dipilih harus benar-benar representative atau dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Didalam penelitian ini penentuan sampelnya menggunakan teknik sampling jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil. Sampel yang digunakan adalah para pelaku UMKM olahan ikan di kecamatan puger.

Hasil dan Pembahasan

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Orientasi Pasar (X1)					
item pernyataan	Nilai R Tabel	R Hitung	Nilai Sig	Alpha	Keterangan
X1_1	0,2452	0.573**	0.000	0.05	Valid
X1_2	0,2452	0.707**	0.000	0.05	Valid
X1_3	0,2452	0.714**	0.000	0.05	Valid
Inovasi (X2)					
item pernyataan	Nilai R Tabel	R Hitung	Nilai Sig	Alpha	Keterangan
X2_1	0,2452	0.621**	0.000	0.05	Valid
X2_2	0,2452	0.844**	0.000	0.05	Valid

X2_3	0,2452	0.787**	0.000	0.05	Valid
Kemampuan Manajemen(X3)					
item pernyataan	Nilai R Tabel	R Hitung	Nilai Sig	Alpha	Keterangan
X3_1	0,2452	0.793**	0.000	0.05	Valid
X3_2	0,2452	0.733**	0.000	0.05	Valid
X3_3	0,2452	0.624**	0.000	0.05	Valid
Orientasi Kewirausahaan(X4)					
item pernyataan	Nilai R Tabel	R Hitung	Nilai Sig	Alpha	Keterangan
X4_1	0,2452	0.731**	0.000	0.05	Valid
X4_2	0,2452	0.678**	0.000	0.05	Valid
X4_3	0,2452	0.699**	0.000	0.05	Valid
Keunggulan Bersaing (Y)					
item pernyataan	Nilai R Tabel	R Hitung	Nilai Sig	Alpha	Keterangan
Y_1	0,2452	0.637**	0.000	0.05	Valid
Y_2	0,2452	0.825**	0.000	0.05	Valid
Y_3	0,2452	0.706**	0.000	0.05	Valid

Sumber: Data dioleh peneliti (2025)

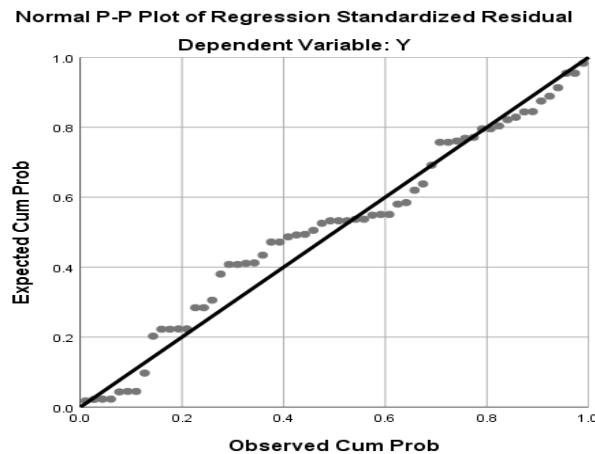
Hasil uji validitas menunjukkan bahwa korelasi antara masing-masing indikator variabel Orientasi Pasar (X1), Inovasi (X2), Kemampuan Manajemen (X3) Keunggulan Bersaing (Y) menunjukkan hasil pengujian yang valid, hal ini dikarenakan bahwa r hitung > r tabel (0,2452) dan nilai signifikansi < 0,05 (5%). Maka dapat disimpulkan bahwa dari semua item pernyataan variabel Orientasi Pasar (X1), Inovasi (X2), Kemampuan Manajemen (X3) Keunggulan Bersaing (Y) dinyatakan valid.

Table 2: Hasil Uji reliabilitas

<i>Variabel</i>	<i>Nilai Cronbach's alpha</i>	<i>Standart Alpha</i>	<i>Keterangan</i>
Orientasi Pasar (X1)	0,750	0,06	Reliabel
Inovasi (X2)	0,850	0,06	Reliabel
Kemampuan Manajemen (X3)	0,781	0,06	Reliabel
Orientasi Kewirausahaan (X4)	0,775	0,06	Reliabel
Keunggulan Bersaing (Y)	0,786	0,06	Reliabel

Sumber: Data dioleh peneliti (2025)

Hasil Uji Reabilitas diketahui bahwa pada instrument variabel Orientasi Pasar (X1) dengan nilai *Cronbach's Alpha* 0,750, Inovasi (X2) dengan nilai *Cronbach's Alpha* 0,850 Kemampuan Manajemen (X3) dengan nilai *Cronbach's Alpha* 0,781, Orientasi Kewirausahaan (X4) dengan nilai *Cronbach's Alpha* 0,775 dan Keunggulan Bersaing (Y) dengan nilai *Cronbach's Alpha* 0,786. Hal ini dapat dinyatakan bahwa instrumen dalam penelitian ini telah reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,06.



Gambar 2 Uji Normalitas P-Plot
 Sumber: SPSS Windows V.25 (2025)

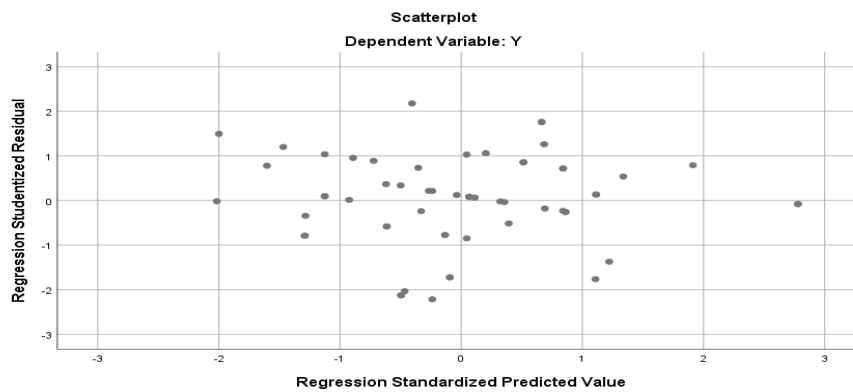
Hasil uji normalitas diatas menggunakan analisis *Normal P-P Plot* diketahui bahwa nilai residual cenderung tersebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya yang mengindikasi bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi normal.

Table 3: Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.09597113
Most Extreme Differences	Absolute	.121
	Positive	.077
	Negative	-.121
Test Statistic		.121
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.29 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: SPSS Windows V.25 (2025)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.10 menggunakan Uji *One Sample Kolmogorov-Sminov*. Jika nilai *P-value* lebih besar dari pada *alpha*, maka asumsi kenormalan diterima dengan tingkat signifikansi $> 0,05$ (5%). Diketahui nilai *Asymp Sig* 1-tailed upah $0,130 > 0,05$ maka hal ini berarti data residual terdistribusi normal nilai *Asymp Sig* (1-tailed) beban kerja $0,150 > 0,05$ maka hal ini berarti data residual terdistribusi normal nilai *Asymp Sig* (1-tailed) lingkungan kerja no fisik $0,29 > 0,05$ maka hal ini berarti data residual terdistribusi normal.



Gambar 3.

Hasil Uji

Heteroskedastitas

Sumber: SPSS Windows V.25 (2025)

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas diatas diketahui bahwa variabel orientasi pasar (x1) memiliki nilai vif $1.176 < 10,0$ dan nilai *tolerance* sebesar $0,850 > 0,1$ inovasi (x2) memiliki nilai vif $1.083 < 10,0$ dan nilai *tolerance* sebesar $0.923 > 0,1$ kemampuan manajemen (x3) memiliki nilai vif $1.201 < 10,0$ dan nilai *tolerance* sebesar $0.832 > 0,1$ orientasi kewirausahaan (x4) memiliki nilai VIF $1.094 < 10,0$ dan nilai *tolerance* sebesar $0.914 > 0$, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa dari seluruh hasil dinyatakan tidak terjadi *Multikolonieritas*.

Table 4: Hasil Uji *Multikolinieritas*

HASIL UJI MULTIKOLINIERITAS			
Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
X1 Orientasi Pasar	0.850	1.176	Tidak terjadi multikolinearitas
X2 Inovasi	0.923	1.083	Tidak terjadi multikolinearitas
X3 Kemampuan Manajemen	0.832	1.201	Tidak terjadi multikolinearitas
X4 Orientasi Kewirausahaan	0.914	1.094	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: SPSS Windows V.25 (2025)

Berdasarkan hasil Uji Heteroskedastisitas di atas dengan menggunakan grafik *scatterplot* yang telah dilakukan menunjukkan hasil bahwa sebaran data tidak membentuk pola tertentu yang jelas tidak beraturan serta sebaran baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa pada nilai residual tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Table 5: Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	7.629	0.099	
	X2 Inovasi	-0.187	0.006	0.188
	X3 Kemampuan Manajemen	0.120	0.006	0.111
	X4 Orientasi Kewirausahaan	0.363	0.006	0.339

X1	0.012	0.000	0.925
----	-------	-------	-------

a. Dependent Variable: Y

Sumber: SPSS Windows V.25 (2025)

$$Y = 7,629 + 0,012 X1 + 0,187 X2 + 0,120 X3 + 0,363 X4 + e$$

Berikut adalah penjelasan dari persamaan diatas:

1. Persamaan tersebut dapat dijelaskan apabila konstanta sebesar positif 7,629 yang artinya apabila orientasi pasar (X1), inovasi (X2), kemampuan manajemen (X3) orientasi kewirausahaan (X4), nilainya tetap konstan atau tidak terdapat perubahan maka keunggulan bersaing (Y) memiliki nilai sebesar 7,629.
2. Koefisien orientasi pasar sebesar 0,012 dan positif artinya jika variabel Orientasi Pasar (X1) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan secara signifikan, dan variabel lainnya bernilai tetap atau tidak terjadi perubahan, maka variabel Orientasi Pasar (X1) akan meningkatkan nilai dari variabel keunggulan bersaing (Y) sebesar 0,012. Begitupun juga ketika mengalami penurunan akan menurun sebesar 0,012.
3. Koefisien inovasi sebesar 0,187 dan positif artinya jika variabel inovasi (X2) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan secara signifikan dan variabel lainnya bernilai tetap atau tidak terjadi perubahan maka variabel Inovasi (X2) akan meningkatkan nilai dari variabel keunggulan bersaing (Y) sebesar 0,187. Begitupun juga ketika mengalami penurunan akan menurun sebesar 0,187.
4. Koefisien kemampuan manajemen sebesar 0,120 dan positif artinya jika variabel Kemampuan Manajemen (X3) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan secara signifikan dan variabel lainnya bernilai tetap atau tidak terjadi perubahan maka variabel kemampuan manajemen (X3) akan meningkatkan nilai dari variabel keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,120. Begitupun juga ketika mengalami penurunan akan menurun sebesar 0,120.
5. Koefisien orientasi kewirausahaan sebesar 0,363 dan positif artinya jika variabel orientasi kewirausahaan (X4) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan secara signifikan, dan variabel lainnya bernilai tetap atau tidak terjadi perubahan, maka variabel orientasi kewirausahaan (X4) akan meningkatkan nilai dari variabel keunggulan bersaing (Y) sebesar 0,363. Begitupun juga ketika mengalami penurunan akan menurun sebesar 0,363.

Table 6: Hasil Uji T (Persial)

Variabel	Signifikasi Hitung	Taraf Signifikasi	T Hitung	T Tabel
Orientasi Pasar (X1)	0,000	0,05	64,111	0,254
Inovasi (X2)	0,000	0,05	31,992	0,254
Kemampuan Manajemen (X3)	0,000	0,05	19,125	0,254
Orientasi Kewirausahaan (X4)	0,000	0,05	58,101	0,254

Sumber: SPSS Windows V.25 (2025)

1. Orientasi Pasar (X1)

Variabel Orientasi Pasar memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 bahwa nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar 64,111 > dari t tabel sebesar 0,254 dengan demikian hipotesis **diterima**.

2. Variabel Inovasi (X2)

memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 bahwa nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar 31,992 > t tabel sebesar 0,254 dengan demikian hipotesis **diterima**.

3. Kemampuan Manajemen (X3)

Variabel Kemampuan Manajemen memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 bahwa nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar 19,125 > dari t tabel sebesar 0,254 dengan demikian hipotesis **diterima**.

4. Orientasi Kewirausahaan (X4)

Variabel orientasi kewirausahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 bahwa nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar 58,101 > dari t tabel sebesar 0,254 dengan demikian hipotesis **diterima**.

Table 7: Hasil Koefisien Determinasi (R) Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.999 ^a	.998	.998	.098

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Predictors: (Constant), X1 Orientasi Pasar, X2 Inovasi X3 Kemampuan Manajemen, X4 Orientasi Kewirausahaan.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi maka dapat diperoleh nilai *adjusted R-square* sebesar 0,988. Hal tersebut memiliki arti bahwa kemampuan variabel *independent* dalam penelitian ini mempengaruhi variabel dependen orientasi pasar, inovasi, kemampuan manajemen, orientasi kewirausahaan sebesar 99,8%. Sebaliknya sebesar 0,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel *independent* keunggulan bersaing.

Pembahasan

Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.13 diketahui bahwa variabel orientasi pasar memiliki nilai 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 dan memiliki nilai t hitung sebesar 164,111 lebih besar dari t tabel yaitu 0,254, maka dapat dikatakan variabel media orientasi pasar berpengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat orientasi pasar yang dimiliki oleh pelaku UMKM olahan ikan di Kecamatan Puger seperti pemahaman terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen,

pengamatan terhadap perilaku pesaing, serta kemampuan dalam merespons dinamika pasar maka semakin tinggi pula tingkat keunggulan bersaing yang dapat dicapai.

Pengaruh Inovasi Terhadap Kunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.13, diketahui bahwa variabel inovasi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikan 0,05, dan memiliki nilai t hitung sebesar 31,992, lebih besar dari t tabel yaitu 0,254, maka dapat dikatakan bahwa variabel Inovasi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat inovasi yang diterapkan oleh pelaku UMKM olahan ikan di kecamatan puger seperti menciptakan produk yang berkualitas berbeda dari pesaing serta menggunakan kemasan yang menarik maka semakin tinggi pula tingkat keunggulan bersaing yang dapat dicapai.

Pengaruh Kemampuan Manajemen Terhadap Kunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.13, diketahui bahwa variabel kemampuan manajemen memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Selain itu nilai t hitung sebesar 19,125 lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 0,254, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kemampuan manajemen berpengaruh secara signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM olahan ikan di kecamatan puger. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan manajemen yang dimiliki oleh pelaku UMKM seperti kemampuan mengevaluasi produk, memanfaatkan media digital untuk pemasaran, serta menyusun strategi pemulihan usaha maka semakin tinggi pula peluang mereka untuk memperoleh keunggulan dalam persaingan pasar.

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.13 diketahui bahwa variabel orientasi kewirausahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, serta nilai t hitung sebesar 33,618, lebih besar dari t tabel sebesar 0,254. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM olahan ikan di kecamatan puger. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh pelaku UMKM seperti keberanian mengambil risiko proaktif dalam melihat peluang pasardan inovatif dalam menjalankan usahanya maka semakin besar pula kemampuan usaha tersebut dalam menciptakan keunggulan bersaing.

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara individu parsial dan secara simultan antara variabel independen yaitu orientasi pasar, inovasi, kemampuan manajemen, dan orientasi kewirausahaan terhadap variabel dependen yaitu keunggulan bersaing pada UMKM olahan ikan di kecamatan puger. Berdasarkan hasil penelitian pembahasan dan interpretasi data yang telah dijelaskan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan bahwa orientasi pasar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar perhatian UMKM dalam memahami kebutuhan konsumen menganalisis pergerakan pesaing serta

menyesuaikan strategi berdasarkan dinamika pasar maka semakin besar pula peluang mereka untuk bertahan dan unggul dalam persaingan. Temuan ini menegaskan pentingnya pelaku UMKM untuk terus memperkuat kedekatan dengan pasar dan meningkatkan kepekaan terhadap perubahan perilaku konsumen. Selanjutnya inovasi juga terbukti memberikan dampak yang signifikan terhadap keunggulan bersaing. Inovasi produk pengembangan kemasan hingga diversifikasi menjadi strategi penting yang mampu meningkatkan nilai jual dan daya saing produk olahan ikan. Hal ini menjadi sinyal kuat bahwa pelaku usaha perlu terus berinovasi agar tidak tertinggal oleh tren dan preferensi pasar yang terus berubah. Lalu kemampuan manajemen pun memainkan peran penting dalam mendukung keunggulan bersaing pengelolaan usaha yang baik, mulai dari perencanaan keuangan, pengendalian produksi, hingga penerapan strategi pemasaran yang tepat, terbukti mendorong UMKM untuk lebih siap dalam menghadapi tantangan pasar. Keterampilan ini menjadi fondasi penting bagi kelangsungan dan pertumbuhan usaha. Selain itu orientasi kewirausahaan turut berkontribusi secara signifikan terhadap daya saing UMKM. Sikap proaktif, keberanian mengambil risiko, dan dorongan untuk terus berinovasi mencerminkan karakter wirausaha yang mampu mendorong kemajuan usaha. Pelaku UMKM dengan jiwa kewirausahaan yang kuat akan lebih siap dalam mengadopsi perubahan dan menciptakan peluang baru di tengah ketidakpastian pasar. Secara simultan keempat variabel tersebut orientasi pasar, inovasi, kemampuan manajemen, dan orientasi kewirausahaan memberikan pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Artinya keunggulan bersaing tidak berdiri sendiri melainkan merupakan hasil sinergi dari berbagai faktor internal yang saling mendukung dan memperkuat satu sama lain. Implikasi penting dari temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM dalam meraih keunggulan bersaing sangat ditentukan oleh kombinasi strategi pasar, inovasi berkelanjutan, manajemen usaha yang efektif, serta semangat kewirausahaan yang tinggi. Maka pemberdayaan UMKM tidak cukup hanya berfokus pada peningkatan modal atau produksi tetapi juga perlu diarahkan pada penguatan kapasitas *manajerial* literasi digital pelatihan inovasi produk dan pembinaan kewirausahaan.

Sebagai saran untuk penelitian selanjutnya studi lanjutan dapat memperluas cakupan wilayah penelitian agar dapat dibandingkan antar daerah atau menambahkan variabel eksternal seperti dukungan kebijakan pemerintah akses permodalan dan pengaruh digitalisasi terhadap pertumbuhan UMKM. Penelitian kualitatif mendalam juga dapat dilakukan untuk menggali lebih jauh strategi adaptasi UMKM dalam menghadapi perubahan pasar dan tantangan globalisasi. Sementara itu rekomendasi praktis bagi pelaku UMKM di Kecamatan Puger adalah pentingnya meningkatkan pemahaman pasar, memperkuat inovasi produk, serta membangun jaringan pemasaran digital. Lembaga pendamping seperti dinas koperasi dan UMKM juga disarankan untuk terus mengadakan pelatihan kewirausahaan, manajemen usaha, dan literasi digital secara berkala guna memperkuat daya saing UMKM secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

A., F., Dahmiri, D., & Indrawijaya, S. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan

- Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Rumah Makan Dendeng Batokok Di Provinsi Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(03), 172–182. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i03.12199>
- Aaker A., D. (1991). Managing Brand Equity. *Journal of Marketing*, 56(2), 125. <http://www.jstor.org/stable/1252048?origin=crossref>
- Abunaila, A. S. H., & Kadhim, S. M. (2022). Improve the Competitive Advantage Through Human Resources Management Practices in the Iraqi Banking Sector. *International Journal of Professional Business Review*, 7(6), 1–20. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2022.v7i6.e891>
- Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Afifah, F., Nofialdi, N., & Fitriana, W. (2022). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Manajemen Pengetahuan melalui Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Pengolah Kopi di Kabupaten Tanah Datar. *Jurnal Sosio Agribisnis*, 7(2), 58–75. <https://doi.org/10.33772/jsa.v7i2.27538>
- Akbar, R., Sukmawati, U. S., & Katsirin, K. (2024). Analisis Data Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Pelita Nusantara*, 1(3), 430–448. <https://doi.org/10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i3.350>
- Dwi Handini, Y., Poernomo, D., Karyadi, H., Ketut Mastika, I., & Ilmu Administrasi Bisnis FISIP Universitas Jember, P. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing yang Dimoderasi Kinerja Bisnis. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 19(1), 95–104. <http://ojs2.pnb.ac.id/index.php/JBK>
- Efriadi, R. (2023). Keunggulan Bersaing Pada Bumdes Di Kabupaten Kerinci. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 12(02), 388–402.
- Elya Dasuki, R. (2021). Manajemen Strategi : Kajian Teori Resource Based View. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(3), 447–454. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i3.710>
- [http://repository.radenintan.ac.id/32830/1/BAB 1 2 DAPUS.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/32830/1/BAB%201%20DAPUS.pdf)
- Manik, N., Indrawijaya, S., & Ekasari, N. (2024). Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Rumah Makan Batak di Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi. 4.
- Maqfiro, S. N. A., Fajrin, I., & Sukmah, A. (2021). 3 1,2,3. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (Pkm)*, 4(2), 307–316. <http://ejournalmalahayati.ac.id/index.php/kreativitas/article/view/3511/pdf>
- Margareta, & Eka Liliani. (2023). Inovasi Kepala Madrasah Dalam Mewujudkan Sekolah Yang Efektif Di Madrasah Aliyah Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar. 4–5.
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Mukson, M., Hamidah, H., & Prabuwo, A. S. (2021). Work environment and entrepreneurship orientation towards MSME performance through organizational

- commitment. *Management Science Letters*, 11, 871–878. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.10.012>
- Novita, A. (2024). *Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Coffee Shop Di Kota Serang Banten*. 19(1), 56–67.
- Nugroho, A. T., Hartono, & Rizal, N. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Tempe Bagusari di Lumajang. *Journal of Organization and Business Mangement*, 3(3), 174–180. <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm%7C14>
- Nurpratama, M., Sonjaya, N. S., Yudianto, A., & Agung, I. (2024). Studi Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Kabupaten Indramayu. *Jurnal Pemasaran Langsung Dan Kualitas Produk*. *Perwira Journal of Economics & Business*, 2(2), 1–18. <https://doi.org/10.54199/pjeb.v2i2.123>
- Rahmadani, R., & Qomariah, S. (2022). Menciptakan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Berbasis Sumber Daya Manusia dalam Dunia Pendidikan. *Tarbiyah Wa Ta'lim: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran*, 9(2), 108–117. <https://doi.org/10.21093/twt.v9i2.4272>
- Randra, M. A., & Hasin, A. (2023). Analisis Pengaruh Inovasi Produk dan Pengendalian Kualitas Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Rentjana Kopi Pontianak). *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 02(05), 1–23.
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prosocial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Safri, N. A., & Pudjoprastyono, H. (2023). Analisis Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Produk Rabbani Store di Surabaya. *Widya Manajemen*, 5(1), 32–42. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v5i1.3073>
- Santoso, H. (2023). Analisis Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage) Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 8(2), 152–164. <https://doi.org/10.19109/ieconomics.v8i2.12939>
- Sawo, M. K., Rogi, O. H. A., & Lakat, R. S. M. (2021). Analisis Pengembangan Kawasan Permukiman Berdasarkan Kemampuan Lahan Di Distrik Muara Tami. *Jurnal Spasial Vol. 8 No. 3, 2021 ISSN 2442-3262*, 8(3), 311–325.
- Schöbel, S., Schäfer, J., & Hausladen, G. (2021). Research through Design under Systematic Quality Criteria: Methodology and Teaching Research. *Dimensions. Journal of Architectural Knowledge*, 1(1), 99–110. <https://doi.org/10.14361/dak-2021-0113>
- Setya Budi, A. D. A., Septiana, L., & Panji Mahendra, B. E. (2024). Memahami Asumsi Klasik dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, dan Autokorelasi dalam Penelitian. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(01), 01–11. <https://doi.org/10.58812/jmws.v3i01.878>
- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Alfabeta, CV.
- Abunaila, A. S. H., & Kadhim, S. M. (2022). Improve the Competitive Advantage Through

- Human Resources Management Practices in the Iraqi Banking Sector. *International Journal of Professional Business Review*, 7(6), 1–20. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2022.v7i6.e891>
- Falahi, A. F., Julianto Hutasuhut, Abd. Rasyid Syamsuri, Tukimin Lubis, Nur'ain Harahap, & Fathin Abdullah. (2023). Peningkatan Kemampuan Manajemen bagi Pelaku UMK di Desa Tanjung Rejo Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal SOLMA*, 12(2), 743–752. <https://doi.org/10.22236/solma.v12i2.12344>
- Mukson, M., Hamidah, H., & Prabuwono, A. S. (2021). Work environment and entrepreneurship orientation towards MSME performance through organizational commitment. *Management Science Letters*, 11, 871–878. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.10.012>
- Rachman, A., Ilham Samanlangi, A., & Purnomo, H. (2024). metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. In . (Issue January).
- Sahubawa, L., Sasongko, H., Permadi, I., & Lutfia, S. (2021). Potensi dan Peluang Pengembangan Usaha Produk Kreatif Kulit Ikan Pari Komersial Skala Mikro-Kecil. *Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia*, 24(1), 38–49. <https://doi.org/10.17844/jphpi.v24i1.33538>
- Verbyani, V., & Handoyo, S. E. (2021). Pengaruh Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Dan Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Ukm Kuliner. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 875. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13219>