

**PENGARUH *MARKET ORIENTATION* DAN *ENTERPRENEURIAL ORIENTATION* TERHADAP *COMPETITIVE ADVANTAGE SWEETHOOTH CAKE AND COFFE* PADANG DENGAN *PRODUCT INOVATION* SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*



**OLEH:**

**IKHSAN RYNALDO**

**2016/16059009**

**FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

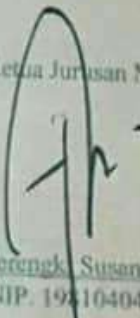
**PENGARUH MARKET ORIENTATION DAN ENTERPRENEURIAL ORIENTATION  
TERHADAP COMPETITIVE ADVANTAGE SWEETHOOTH CAKE AND COFFE PADANG  
DENGAN PRODUCT INOVATION SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI**

Nama : Ikhsan Rynaldo  
NIM / BP : 16059009/ 2016  
Keahlian : Manajemen Pemasaran  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi

Padang, 08 November 2021

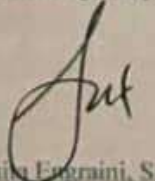
Diketahui Oleh:

Ketua Jurusan Manajemen



Perengk Susanto SE, M.Sc, P.hD  
NIP. 198104042005011002

Pembimbing Skripsi



Yunita Egraini, SE, MM  
NIP. 198306232009122003

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH *MARKET ORIENTATION* DAN *ENTERPRENEURIAL ORIENTATION*  
TERHADAP *COMPETITIVE ADVANTAGE* SWEETHOOTH CAKE AND COFFE  
PADANG DENGAN *PRODUCT INOVATION* SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI**

Nama : Ikhsan Rynaldo  
NIM / BP : 16059009/ 2016  
Jenjang Program : Strata 1 (S1)  
Keahlian : Manajemen Pemasaran  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi

**Dinyatakan Lulus Setelah Diuji Didepan Penguji**

**Jurusan Manajemen (S1)**

**Universitas Negeri Padang**

**Padang, 08 November 2021**

**Tim Penguji**

**Tanda Tangan**

**1. Yunita Engraini, SE, MM**

1.

**2. Abror, SE, ME, Ph.D**

2.

**3. Dr. Susi Evanita, Ms**

3.

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ikhsan Rynaldo  
Nim/TM : 16059006/2016  
Tempat/Tgl. Lahir : Sungai Penuh/ 11 September 1998  
Jurusan : Manajemen  
Keahlian : Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : Jalan Muradi, Rt 001, Desa Koto Renah, kota sungai penuh,  
Provinsi Jambi  
No.HP/Telepon : 082284663495  
Judul Skripsi : *PENGARUH MARKET ORIENTATION DAN  
ENTERPRENEURIAL ORIENTATION TERHADAP  
COMPETITIVE ADVANTAGE SWEETOOTH CAKE  
AND COFFE PADANG DENGAN PRODUCT  
INOVATION SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI*

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis/skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Negeri Padang (UNP) maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis/Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim pembimbing.
3. Pada karya tulis/skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali tertulis dengan jelas dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Karya tulis/Skripsi ini **Sah** apabila telah ditanda tangani **Asli** oleh tim pembimbing, tim penguji dan ketua jurusan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran didalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **Sanksi Akademik** berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karna karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Padang, Desember 2021  
Yang menyatakan



IKHSAN RYNALDO  
NIM : 16059006



## ABSTRAK

**Ikhsan Rynaldo** : **Pengaruh *Market Orientation* Dan**  
**(2016/16059009)** ***Enterpreneurial Orientation* Terhadap**  
***Competitive Advantage* Sweetthooth Cake**  
**And Coffe Padang Dengan *Product***  
***Inovation* Sebagai Variabel Pemediasi**  
**Dosen Pembimbing** : **Yunita Engraini, SE, MM**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana pengaruh market orientation dan entrepreneurial orientation dalam membangun keunggulan bersaing dalam persepsi konsumen yang dimediasi inovasi produk pada Sweettooth Cake and Coffee Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di kota Padang. Sedangkan jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah datang ke Sweettooth Cake and Coffee Padang yang berjumlah 100 orang dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis SEM menggunakan smart PLS3. Hasil dari penelitian adalah (1) Market orientation berpengaruh positif dan signifikan terhadap competitive advantage Swettooth cake & Coffe. (2) Entrepreneur orientation berpengaruh positif dan signifikan terhadap competitive advantage Swettooth cake & Coffe. (3) Market orientation berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk Swettooth cake & Coffe. (4) Entrepreneur orientation berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk Swettooth cake & Coffe. (5) Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap competitive advantage Swettooth cake & Coffe. (6) Market orientation berpengaruh positif dan signifikan terhadap competitive advantage Swettooth cake & Coffe melalui inovasi produksebagaivariable pemediasi. (5) Entrepreneurial orientation berpengaruh positif dan signifikan terhadap competitive advantage Swettooth cake & Coffe melalui inovasi produk sebagai variable pemediasi.

**Kata Kunci:** ***Competitive Advantage, Entrepreneurial Orientation, Market Orientation, Product Inovation.***

## KATA PENGANTAR



Puji syukur dan Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: **“Pengaruh Market Orientation Dan Enterpreneurial Orientation Terhadap Competitive Advantage Sweetthooth Cake and Coffe Padang Dengan Product Inovation Sebagai Variabel Pemediasi.”**

Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Strata Satu pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan, dorongan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak. Untuk itu penulis meminta terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Yunita Engriani, SE, MM selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Abror, SE, ME, Ph.D selaku penguji 1, Ibu Dr. Susi Evanita, MS selaku penguji 2, dan Prof. Dr. Yasri, MS sebagai pembimbing akademik yang selalu memberikan saran, masukan dan kritikan untuk membuat skripsi ini menjadi lebih baik.
3. Bapak Prof. Dr. Idris M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

4. Bapak Perengki Susanto SE, M.Sc, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
5. Ibu Yuki Firtria, SE, MM. Selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Negeri Padang.
6. Bapak Supan Werimunandar, A.Md selaku tata usaha Jurusan Manajemen yang telah membantu dalam kelancaran proses administrasi.
7. Bapak dan Ibu Staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan ilmu dalam penulisan skripsi ini, serta kepada karyawan dan karyawan yang telah membantu dibidang administrasi.
8. Bapak dan Ibu Staf perpustakaan pusat dan ruang baca Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan penulis kemudahan dalam mendapatkan bahan bacaan.
9. Teristimewa penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua tercinta Apa Anwar Tanjung, Ama Aprianti , dan teruntuk Kakak tersayang Zatalina Anwar serta keluarga besar yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungan moril dan material serta kasih sayang yang tak terhingga dan tak ternilai harganya.
10. Sahabat tercinta yang seperjuangan Tedi Agustian, Kevin, Yusran, Dendy, Dudunk, dan 10 Pengurus UKKPK UNP 2019 dan adik-adik UKKPK UNP yang selalu memberikan motivasi, semangat, serta bantuan terhadap penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
11. Rekan-rekan Manajemen 2016 serta semua pihak yang tidak mungkin disebutkan namanya satu persatu.

12. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing al this hard work. I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at al times.*

Semoga segala bantuan yang telah diberikan menjadi kebaikan dan diridhoi oleh Allah SWT. Penulis menyadari sepenuhnya hasil penelitian ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari kesempurnaan baik dari sistematika penulisan maupun pilihan kata yang digunakan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik yang membangun demi kesempurnaan penelitian penulis yang lain dimasa yang akan datang.

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Atas perhatian dari semua pihak penulis mengucapkan terimakasih.

Padang, 8 November 2021

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	11
C. Pembatasan Masalah .....	12
D. Rumusan Masalah.....	12
E. Tujuan Penelitian .....	13
F. Manfaat Penelitian .....	13
<b>BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA KONSEPTUAL .....</b>	<b>15</b>
A. Kajian Teori.....	15
1. Keunggulan bersaing .....	15
2. Orientasi Pasar.....	18
3. Orientasi Kewirausahaan .....	21
4. Inovasi Produk.....	24
5. Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing.....	26
6. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing .....	27
7. Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Inovasi Produk .....	27
8. Pengaruh Orientasi kewirausahaan terhadap Inovasi Produk .....	28
9. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing.....	28
10. Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk.....	29
11. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk .....	30

B. Penelitian Relevan .....	30
C. Kerangka Konseptual.....	35
D. Hipotesis Penelitian.....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A. Desain Penelitian .....	38
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
C. Populasi dan Sampel .....	39
1. Populasi.....	39
2. Sampel.....	39
D. Jenis dan Sumber Data .....	41
E. Teknik Pengumpulan Data .....	41
F. Defenisi Operasional dan Variabel Penelitian.....	42
1. Defenisi Operasional.....	42
2. Variabel Penelitian.....	47
G. Instrumen Penelitian .....	48
H. Metode Analisis Data.....	49
1. Analisis Deskriptif .....	49
2. Analisis Statistik Inferensial.....	51
3. Pengujian Hipotesis.....	57
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>60</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	60
B. Hasil Penelitian.....	61
1. Deskripsi Responden .....	61
2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	65
C. Analisis Output PLS.....	71
1. Uji Model Pengukuran (Outer Model).....	71

2. Uji Model Pengukuran (Inner Model) .....	77
3. Pengujian Hipotesis .....	78
D. Pembahasan .....	84
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>95</b>
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran.....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>99</b>

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

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

Indonesia merupakan Negara berkembang yang saat ini sedang melakukan perbaikan di berbagai sektor agar bisa menjadi negara maju. Salah satu perbaikan yang dilakukan oleh Indonesia adalah melalui sektor ekonomi. Berdasarkan laporan realisasi penanaman modal dalam negeri dan penanaman modal asing PMDN-PMA (Modal, 2020) di Indonesia, investasi pada industri makanan dan minuman menempati urutan ke-6 dengan total investasi sebesar Rp. 5.934,300.000. Tingginya nominal investasi pada industri makanan dan minuman mempertegas bahwa negara Indonesia membutuhkan ruang untuk menggerakkan ekonomi nasional salah satunya melalui industri makanan dan minuman. Meningkatnya investasi PMDN yang dilakukan oleh warga negara Indonesia sayangnya tidak selaras dengan laporan Global Entrepreneurialship Indeks (GEI) dalam (Institute, 2018). Kenyataannya Indonesia menduduki peringkat ke-94 dari 137 negara, berkaitan dengan ketersediaan wirausaha yang ada di Indonesia. Berdasarkan jumlah wirausaha di Indonesia pada saat ini, sebesar 3,1% dari total penduduk 227 juta jiwa yang apabila dibandingkan dengan Negara maju persentase ini masih dikategorikan dalam jumlah yang kecil sebab negara-negara maju memiliki persentase rata-rata 14% dari total penduduk (Lestari, 2020). Sehingga cukup disayangkan apabila Indonesia memiliki tingkat PMDN yang tinggi namun tidak dioptimalkan dengan baik sehingga investasi yang seharusnya bisa dikembangkan tidak berjalan sebagaimana mestinya. Padahal apabila PMDN memiliki nilai yang tinggi

seharusnya dapat mendorong peluang munculnya wirausaha–wirausaha baru sebagai bentuk pergerakan ekonomi yang lebih baik.

Menurut Indriantoro & Supomo (2018) saat ini sektor ekonomi yang banyak dikembangkan di Indonesia bergerak pada kegiatan yang berbasiskan ekonomi kreatif dan juga Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM). Karakteristik yang dimiliki oleh UMKM dirasa mampu untuk membantu mengatasi ketertinggalan ekonomi yang dialami oleh Indonesia dikancah dunia. Melalui struktur modal yang tidak terlalu besar, sistem manajemen yang sederhana, dan sasaran yang ramah dengan masyarakat menengah sehingga UMKM dapat dijadikan sebagai alat untuk mewujudkan ekonomi Indonesia yang lebih baik. Pemerintah berharap bahwa dengan adanya UMKM, masyarakat kini semakin mudah untuk melakukan kegiatan produksi dan konsumsi sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan masyarakat yang ada.

Dampak dari tersedianya UMKM yang meluas yaitu dapat membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat sekitar UMKM, apabila terdapat lapangan pekerjaan maka dapat pula meningkatkan taraf pendapatan masyarakat yang nantinya akan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan secara daerah hingga nasional. Sehingga, UMKM ini dianggap memiliki peran yang cukup strategis dalam memerangi kemiskinan dan pengangguran yang ada di Indonesia. Pencapaian yang telah diperoleh oleh UMKM tidak datang begitu saja. Kemudahan dalam mendapatkan permodalan, sistem manajemen yang ditawarkan, adanya inovasi–inovasi serta pengembangan dari ide usaha menjadikan UMKM lebih unggul daripada kegiatan usaha lainnya. Dalam praktik usaha UMKM kerap kali melibatkan sektor baru seperti adanya sistem

waralaba, kemitraan dengan *e-commerce*, dan program pelatihan yang diadakan oleh pemerintah itu sendiri. Pada kenyataannya UMKM kini banyak bergerak dalam sistem waralaba dimana adanya kepastian sistem dan pemberian hak atas barang atau jasa yang didistribusikan menjadikan kemudahan bagi wirausaha pemula untuk memulai ide bisnisnya. Akan tetapi apabila sistem waralaba ini dijalankan maka akan berdampak pada keleluasaan pemilik usaha dalam berinovasi dan mengembangkan usahanya. Sehingga fenomena yang saat ini terjadi adalah mulai munculnya usaha-usaha baru yang mengadaptasi usaha waralaba yang sebelumnya telah ada. Meskipun memiliki tantangan dan peluang yang sama besarnya akan tetapi para wirausahawan pemula optimis mereka mampu bersaing dengan usaha-usaha yang sebelumnya telah berdiri.

Berada di era pasar global seperti sekarang ini, tidak terkecuali dengan diberlakukannya perjanjian Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) membuat persaingan dalam dunia bisnis semakin kompleks dan tidak dapat dihindari. Dengan timbulnya persaingan, maka perusahaan-perusahaan dihadapkan pada berbagai macam peluang dan ancaman baik yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri yang memasuki pasar Indonesia. Untuk mempertahankan eksistensinya, maka sebuah perusahaan harus memiliki keunggulan bersaing, jika tidak maka perusahaan tersebut tidak dapat bertahan lama (Syukron & Ngatno, 2016).

Berbicara mengenai peluang, Indonesia memiliki banyak peluang yang dapat dimanfaatkan bagi para pelaku usaha. Kekayaan sumber daya alam yang dimiliki oleh Indonesia pun memiliki peluang yang sama besarnya. Salah satu

hal yang cukup dibanggakan adalah dengan berdirinya Indonesia sebagai 5 negara eksportir dan produsen kopi di dunia. Menurut laporan Asosiasi Eksportir Importir Kopi Indonesia (AEIKI) (Indonesia, 2017) luas area perkebunan kopi Indonesia saat ini mencapai 1,2 juta hektar dari luas areal tersebut 96% merupakan lahan perkebunan kopi rakyat dan sisanya 4% milik perkebunan swasta dan pemerintah (PTP Nusantara) oleh karena itu produksi kopi Indonesia sangat tergantung oleh perkebunan rakyat. Dari luas areal perkebunan kopi luas areal yang menghasilkan atau produktif mencapai 920 hektar atau sekitar 77% luas areal perkebunan kopi dari tahun ketahun semenjak tahun 1960 menunjukkan peningkatan khususnya pada perkebunan kopi rakyat. Sebaliknya pada perkebunan swasta dan perkebunan negara tidak menunjukkan perkembangan yang berarti.

Posisi Indonesia yang menjadi eksportir kopi di dunia, tidak lantas mematikan eksistensi kopi di dalam negara sendiri. Di Indonesia kini sedang marak para penjual kopi yang mendesain usahanya melalui kedai kopi kekinian. Kedai kopi yang masih tradisional hingga kedai kopi dengan mesin-mesin modern seakan bersaing dan mencari keunggulan masing-masing. Jika dahulu kopi identik dengan orang yang berusia lanjut, atau hanya pada orang-orang yang memiliki kecintaan lebih terhadap kopi, kini semua berubah. Dari anak muda hingga orang dewasa dan juga lanjut usia mulai menikmati kopi. Kopi seakan menjadi penyatu bagi individu maupun kelompok orang. Pergeseran nilai kedai kopi yang dahulu hanya untuk menikmati kopi kini menjadi lebih ramah dan nyaman, baik untuk menikmati waktu senggang, melepas penat, ajang untuk adu gagasan, diskusi, bekerja, tempat pertemuan



dan juga sebagai tempat rekreasi. Bagaimana tidak, jika saat ini kedai kopi didesain dengan cukup apik sesuai dengan pangsa pasar mereka. Pemilihan warna, perabot, dan juga pelayan yang masih muda membuat kedai kopi masa kini memiliki nilai lebih di Indonesia termasuk di Kota Padang. Pada saat ini di kota Padang sudah banyak bermunculan kedai kopi (coffee shop) yang baru, mulai dari berdirinya usaha dengan nama sendiri dan juga mendirikan kedai kopi (coffee shop) dengan nama franchise yang sudah terkenal. Sehingga persaingan dalam pasar kedai kopi (coffee shop) di kota Padang cukup tinggi. Dalam menghadapi persaingan tersebut, hal yang perlu diperhatikan adalah bagaimana caranya untuk mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru. Berikut daftar beberapa Coffee Shop yang ada di Kota Padang saat ini:

**Tabel 1.1: Daftar Nama Usaha CoffeeShop di Kota Padang**

NO	NAMA <i>COFFEESHOP</i>	ALAMAT
1.	Rimbun Espresso and Bre Bar	Jln. KIS Mangunsarkoro A/10
2.	Kedai Kopi Nunos	Jln. Rasuna Said No. 79
3.	Sweettooth Cake & Coffe	Jln. Veteran No 74F
4.	Kubik Koffie	Jln. Olo Ladang No. 12
5.	Coffee Toffee Padang	Jln. Ahmad Yani No. 38
6.	Javapuccino	Jln. Bandar Purus N0. 43
7.	Mama oky Coffee & Resto	Jln. Bandar Damar N0.19
8.	Lalito Coffee and Tea	Jln. WR. Mongunsidi No. 2A
9.	Pavilon Coffee	Jln. Hayam Wuruk No. 30 A
10.	El's Coffee	Jln. Hayam Wuruk No. 29
11.	Coffee Theory	Jln. Tepi Pasang No. 40-44
12.	Steak and Coffee Padang	Jln. Dr. Moh Hatta 28 B
13.	Coffee rest	Jln. Kaliberantas No. 17
14.	Padang Green Market	Jln. Proklamasi (Tarandam)
15.	J.co Donuts and Coffee	Basko Grand Mall
16.	Memento Coffee and Tea	Jln. Gereja, Pondok
17.	Bengras Kopi	Jln. Raya Pasar Baru Unand
18.	Konco Brew and Bar	Jln. Dr Moh Hatta No. 2
19.	Sukokopi	Jln. Jati 1 No.1, Sawahan,
20.	Merjer Coffee	Jl. Ujung Gurun No.88A, Padang Pasir

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Padang 2020

Diluar data pada table 1 tersebut, masih banyak coffe shop lainnya yang bersaing di kota Padang yang umumnya menyasar segmen pasar yang sama. Oleh sebab itu, kedai kopi di Kota Padang khususnya memaksa setiap kedai wajib memiliki keunggulan dari yang lain agar dapat memenangkan hati konsumen dan unggul dalam bersaing. Produk-produk yang ditawarkan memiliki kesamaan di beberapa aspek sehingga apabila kedai kopi tidak memiliki suatu inovasi, dan ketahanan pelayanan maka kedai tersebut tidak dapat bersaing dan mempertahankan usaha mereka dalam waktu yang lama. Sehingga berdasarkan fenomena ini penting sekali pembahasan tentang keunggulan bersaing untuk dikaji. Keunggulan bersaing merupakan keunggulan yang dicapai oleh sebuah perusahaan dibandingkan perusahaan lain dengan menawarkan keuntungan berupa nilai yang lebih besar dan memberikan manfaat yang lebih tinggi (Kotler & Gary Armstrong, 2012).

Penelitian ini dilakukan pada Sweetthoth Café di Kota Padang. Sweettooth merupakan Cofee shop yang berada di Kota Padang dan Berdiri sejak tahun 2013. Berlokasi di Jalan Veteran No 74F, Coffe shop ini memiliki keunggulan dari desain interior yang berkelas sehingga mampu membuat konsumen merasa nyaman setiap kali berkunjung selain itu Sweettooth juga memiliki variasi menu minuman hingga makanan yang menarik untuk di coba sehingga konsumen bisa menentukan pilihan sesuai selera mereka.



**Gambar 1: Interior Sweetthoth Café**

Fenomena yang penulis temukan terkait dengan keunggulan bersaing pada Sweetthoth Padang dapat dilihat dari hasil survei awal yang penulis lakukan pada 35 orang responden seperti yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.2: Hasil Observasi Awal**

NO	PERNYATAAN	JAWABAN RESPONDEN			
		YA	%	TIDAK	%
1	Saya sudah mengenal Sweetthoth Café sebelumnya	14	40%	21	60%
2	Saya sudah pernah datang dan belanja di Sweetthoth Café sebelumnya	9	25.7 %	26	74.3 %
3	Menurut saya Sweetthoth Café memiliki teknologi yang canggih dalam kegiatan operasional	5	14.3 %	30	85.7 %
4	Sweetthoth Café menawarkan produk yang unik dan tidak mudah ditiru	6	17.1 %	29	82.9 %

Berdasarkan data diatas dapat dilihat sebanyak 60 % justru banyak yang tidak mengenal Swetttoth. Hal ini menandakan Sweetthoth Café masih memiliki keunggulan bersaing yang rendah dibandingkan dengan *Coffeeshop* lainnya yang adadi Kota Padang. *Coffeeshop* yang memiliki keunggulan bersaing seharusnya mampu mengenalkan *coffeshop* nya. Sehingga dalam pemaparan ini peneliti ingin memperlihatkan pentingnya keunggulan bersaing Sweetthoth Café di Kota Padang.

Hasil survey awal yang dilakukan didukung oleh data dari Otten Magazine, yaitu majalah coffee yang membahas ulasan coffee shop seluruh Indonesia memberikan penilaian terhadap 5 Coffee Shop terbaik dalam lingkup wilayah Kota Padang, Sumatera Barat, sebagai berikut:

**Tabel 1.3: Peringkat Coffee Shop di Kota Padang**

No	Nama Café	Alamat	Ulasan
1	Rimbun Espresso and Brew Bar	Jln. KIS Mangunsarkoro A/10, Padang, Indonesia	Bintang 4.6 dari (692) Ulasan
2	Lailito Coffe Bar	Jl. WR Mongunsidi No 2 A Padang 25118, Indonesia	Bintang 4.5 dari (269) Ulasan
3	Pavilon Coffee	Jln. Jln. Hayam Wuruk No. 30 A, Padang, Indonesia	Bintang 4.5 dari (83) Ulasan
4	Mama oky Coffee & Resto	Jln. Bandar Damar N0.19, Padang, Indonesia	Bintang 4.5 dari (112) Ulasan
5	Coffee Theory	Jln. Jln. Tepi Pasang No. 40-44, Padang Indonesia	Bintang 4.5 dari (26) Ulasan

Sumber: Otten Magazine (2020)

Berdasarkan data di atas, dapat dikatakan bahwa Sweetthoth Café tidak masuk kedalam 5 peringkat terbaik Coffee Shop yang sering dikunjungi di Kota Padang berdasarkan data dari Otten Magazine. Otten Magazine yang merupakan sebuah majalah yang fokus di bidang cafe dan mereview cafe di Indonesia. Hal ini menjelaskan bahwa Sweetthoth Café masih memiliki keunggulan bersaing yang rendah serta masih belum mampu memberikan persaingan yang kompetitif jika dibandingkan dengan pesaingnya.

Kondisi persaingan saat ini memberikan preferensi yang lebih tinggi kepada konsumen dalam kebebasan memilih produk dan jasa apa yang mereka inginkan, maka penting bagi perusahaan untuk mengerti dan memahami hal tersebut. Jayaningrum (2017) menjelaskan bahwa kemampuan perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen dan mampu menyediakan produk atau jasa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen

dikenal dengan orientasi pasar. Orientasi pasar merupakan sesuatu yang penting bagi kelangsungan perusahaan, sejalan dengan meningkatnya persaingan global dan perubahan dalam kebutuhan pelanggan dimana perusahaan menyadari bahwa mereka harus selalu dekat dengan pasarnya/konsumen (Swastha dan Handoko, 2000). Orientasi pemasaran merupakan sebuah strategi dengan memfokuskan perhatiannya bukan hanya pada pelanggan dan keuntungan saja, tetapi sebuah perusahaan juga harus memperhatikan orientasi persaingan dan orientasi inter fungsional perusahaannya agar tetap seimbang. Prabawani *et al.*, (2015) menjelaskan bahwa budaya perusahaan yang menekankan padapentingnya perusahaan untuk memperhatikan pasar (berorientasi pasar) akan mengarah pada penguatan keunggulan bersaing perusahaan tersebut.

Selain orientasi pasar, faktor lain yang juga mampu mempengaruhi keunggulan bersaing adalah orientasi kewirausahaan (Priatin, *et al.*,2017). Orientasi kewirausahaan dapat diartikan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam *market place* yang sama. Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu selalu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil risiko (Fatmawati 2016).

Perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan yang baik akan mampu mencapai target pasar dan berada di posisi pasar yang lebih depan dibandingkan denganpesaing mereka. Perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan akan selalu memonitor dan memperhatikan perubahan pasar

dan melakukan respon dengan cepat, kemudian mendapatkan keuntungan dari pasar yang beresiko (*risk taking*). Orientasi kewirausahaan menjadikan mereka berada didepan *competitor*, memperoleh keunggulan kompetitif dan memberikan hasil berupa pertumbuhan financial. Sikap proaktif memberikan perusahaan kemampuan untuk mengenalkan produk atau jasa yang baru lebih awal dibandingkan dengan pesaing (Ismawanti 2008).

Selain orientasi kewirausahaan, inovasi produk juga dapat dijadikan sebagai salah satu strategi dalam menciptakan keunggulan bersaing, karena pelanggan biasanya akan menginginkan produk-produk yang inovatif sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka (Ferreira *et al.*,2018). Ketidakpastian faktor eksternal menyebabkan suatu perusahaan berinovasi untuk memenangkan persaingan. Inovasi sebagai salah satu variabel penting dalam menentukan kinerja. Inovasi menjadi semakin penting sebagai sarana bertahan, bukan hanya pertumbuhan menghadapi ketidakpastian lingkungan dan kondisi persaingan bisnis yang semakin meningkat. Perusahaan dengan kemampuan berinovasi tinggi akan lebih berhasil dalam merespon lingkungannya dan mengembangkan kemampuan baru yang menyebabkan keunggulan kompetitif dan kinerja yang superior. Menurut Kwaku Atuahene-Gima dan Anthony Ko (2001), untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif dalam lingkungan yang tidak pasti, kemampuan inovasi berdasarkan pemahaman pasar dan pelanggan sangat dibutuhkan. Dalam jangka panjang, kemampuan bersaing sebagian besar perusahaan tergantung dari kemampuan mereka untuk berinovasi, yaitu menyediakan terus-menerus bagi pelanggan mereka barang dan jasa yang baru. Sehingga dengan melakukan inovasi, perusahaan dapat

mengembangkan dan menciptakan produk yang mempunyai keunggulan bersaing.

Peneliti berharap penelitian ini bisa memberikan gambaran lebih mengenai pengaruh dari orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan inovasi dalam menciptakan hubungan emosional antara perusahaan baik eksternal maupun internal sehingga tercipta nilai yang dapat dirasakan oleh konsumen dan menjadi keunggulan kompetitif dari perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang “pengaruh *market orientation* dan *entrepreneurial orientation* terhadap *competitive advantage sweethooth padang* dengan *inovation business* sebagai variabel pemediasi”

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pesatnya persaingan *coffeeshop* di Kota Padang membuat pengelola harus mampu menciptakan keunggulan bersaing yang *competitive*.
2. Swettoth Coffee belum dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam industri yang sama.
3. Masih rendahnya inovasi produk yang ditawarkan oleh Swettoth Coffee tidak memiliki keunggulan bersaing yang baik. Karena produk yang ditawarkan hampir sama dan tidak memberikan kesan yang berbeda dengan *coffeeshop* lain yang ada di Kota Padang.



### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan di atas, maka dalam menganalisis kemampuan bersaing dapat dicapai melalui faktor orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan inovasi produk. Jadi, masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini dibatasi pada pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan inovasi pemasaran terhadap keunggulan bersaing perusahaan atau kemampuan bersaing pada Sweettooth cake & Coffee di Kota Padang. Pembatasan ini dilakukan dengan pertimbangan teori-teori pada latar belakang.

### **D. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing pada Sweettooth Cake & Coffee ?
2. Bagaimana pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada Sweettooth Cake & Coffee?
3. Bagaimana pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi produk pada Sweettooth Cake & Coffee?
4. Bagaimana pengaruh orientasi terhadap kewirausahaan terhadap inovasi produk pada Sweettooth Cake & Coffee?
5. Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada Sweettooth Cake & Coffee ?
6. Bagaimana orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi produk pada Sweettooth Cake & Coffee?
7. Bagaimana pengaruh kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi produk Sweettooth Cake & Coffee?

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang diutarakan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Sweettooth Cake & Coffe ?
2. Untuk mengetahui apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Swettooth cake & Coffee ?
3. Untuk mengetahui apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap inovasi produk pada Swettooth cake & Coffe?
4. Untuk mengetahui apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap inovasi produk pada Sweettoth cake & Coffee ?
5. Untuk mengetahui apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Swettoth cake & Coffee ?
6. Untuk mengetahui apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi produk pada Swettoth cake & Coffee ?
7. Untuk mengetahui apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi produk pada Swettoth cake & Coffee ?

### **F. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini antara lain :

1. Bagi penulis

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gelar SarjanaEkonomi di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan untuk menambah pengetahuan penulis di bidang pemasaran.

## 2. Bagi Ilmu Manajemen

Hasil penelitian ini menjadi kontribusi bagi karya ilmiah dan menjadi masukan bagi pengembangan ilmu di bidang manajemen pemasaran, selain itu penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan rujukan untuk mengkaji topik-topik yang berkaitan dengan orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, inovasi dan kemampuan bersaing dalam dunia pemasaran. Dengan adanya penelitian ini diharapkan pemahaman yang lebih mendalam tentang kajian tersebut.

## 3. Bagi peneliti berikutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dikembangkan dan disajikan sebagai bahan referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

## 4. Bagi Perusahaan

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi *coffeeshop* di Kota Padang untuk mengetahui cara meningkatkan minat beli konsumen kopi di Kota Padang dan juga menjadi lebih unggul dalam persaingan dalam industri yang sama.