

Building Competitive Advantage With Innovation And Entrepreneurial Orientation: A Systematic Literature Review

Membangun Keunggulan Bersaing Dengan Inovasi Dan Orientasi Kewirausahaan: A Systematic Literature Review

Karina Nindya Krisdiana¹, Siti Nur Alisa², Muhamad Septian Nurafan³, Siti Sri Wulandari⁴, Yessy Artanti⁵

Universitas Negeri Surabaya^{1,2,3,4,5}

karinanindya2001@gmail.com¹

*Corresponding Author

ABSTRACT

The increasingly intense business competition, both locally and globally, requires companies to continuously adapt and develop strategies to maintain their competitive advantage. Innovation and entrepreneurial orientation are two key factors that contribute to enhancing business competitiveness. Innovation enables companies to create new products, services, and processes that better meet market demands, while entrepreneurial orientation fosters risk-taking and the exploration of new opportunities. This study employs a Systematic Literature Review (SLR) method to analyze previous research on the relationship between innovation, entrepreneurial orientation, and competitive advantage. Based on a review of 30 articles, findings indicate that companies implementing innovation and possessing a strong entrepreneurial orientation are more likely to achieve and sustain competitive advantages. However, several challenges hinder the implementation of these strategies, including resource constraints, limited access to technology, and low digital literacy among small business actors. The study highlights the importance of integrating innovation and entrepreneurial orientation into business strategies for companies aiming to grow and survive in the era of globalization.

Keywords: Innovation, Entrepreneurial Orientation, Competitive Advantage, Systematic Literature Review

ABSTRAK

Persaingan bisnis yang semakin ketat, baik di tingkat lokal maupun global, menuntut perusahaan untuk terus beradaptasi dan mengembangkan strategi guna mempertahankan keunggulan kompetitifnya. Inovasi dan orientasi kewirausahaan merupakan dua faktor kunci yang berkontribusi terhadap peningkatan daya saing bisnis. Inovasi memungkinkan perusahaan untuk menciptakan produk, layanan, dan proses baru yang lebih memenuhi tuntutan pasar, sedangkan orientasi kewirausahaan mendorong pengambilan risiko dan eksplorasi peluang baru. Penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR) untuk menganalisis penelitian sebelumnya tentang hubungan antara inovasi, orientasi kewirausahaan, dan keunggulan kompetitif. Berdasarkan telaah terhadap 30 artikel, temuan menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan inovasi dan memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat lebih mungkin untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Namun, beberapa tantangan menghambat penerapan strategi ini, termasuk keterbatasan sumber daya, akses terbatas terhadap teknologi, dan rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha kecil. Penelitian ini menyoroti pentingnya mengintegrasikan inovasi dan orientasi kewirausahaan ke dalam strategi bisnis bagi perusahaan yang ingin tumbuh dan bertahan di era globalisasi.

Kata Kunci: Inovasi, Orientasi Kewirausahaan, Keunggulan Kompetitif, *Systematic Literature Review*

1. Pendahuluan

Persaingan bisnis di Indonesia semakin ketat seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi yang secara fundamental mengubah cara perusahaan beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan. Saat ini, persaingan tidak hanya terjadi di tingkat lokal, tetapi juga secara global (Arya, 2024). Dengan adanya e-commerce dan platform digital lainnya, perusahaan

asing memiliki akses yang lebih luas ke pasar Indonesia, sehingga menambah tekanan bagi pelaku usaha domestik. Dalam kondisi ini, perusahaan dituntut untuk terus beradaptasi dan berinovasi guna mempertahankan serta meningkatkan keunggulan bersaing mereka (Setiyono & Sutrimah, 2016).

Menurut data Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2024), lebih dari 99 persen unit usaha di Indonesia merupakan usaha mikro. Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi pilar utama dalam perekonomian nasional karena kontribusinya yang signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) dan penciptaan lapangan kerja. Laporan Direktorat Jenderal Kekayaan Negara (2020) juga menegaskan bahwa UMKM memiliki peran krusial dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional. Bank Dunia (2023) memperkirakan bahwa dalam tiga tahun ke depan, perekonomian Indonesia akan terus tumbuh lebih dari 0,1% setiap tahunnya. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi tersebut, jumlah pelaku UMKM yang menjadi penggerak utama ekonomi diprediksi meningkat hingga mencapai 83,3 juta pada tahun 2034 (Deny, 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing menjadi faktor krusial bagi pelaku usaha dalam menghadapi persaingan bisnis di masa depan.

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompleks, keunggulan bersaing menjadi faktor kunci bagi keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan. Dua elemen utama yang sering dikaitkan dengan peningkatan keunggulan bersaing adalah inovasi dan orientasi kewirausahaan (Rahmadi et al., 2020). Inovasi memungkinkan perusahaan untuk menciptakan produk atau layanan baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar yang terus berubah. Di sisi lain, orientasi kewirausahaan mendorong perusahaan untuk lebih proaktif, berani mengambil risiko, serta mampu mengidentifikasi dan mengeksploitasi peluang bisnis baru (Lestari et al., 2022).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing (Lestari et al., 2022). Hal ini berarti bahwa perusahaan yang menerapkan orientasi kewirausahaan cenderung lebih mampu mencapai keunggulan bersaing dibandingkan dengan perusahaan yang tidak menerapkannya. Selain itu, inovasi juga berperan penting dalam meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan (Dewi & Suparna, 2017). Kemampuan untuk melakukan inovasi, baik dalam produk, proses, maupun strategi pemasaran, dapat menjadi faktor pembeda yang signifikan di pasar yang kompetitif. Penelitian menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, yang berarti semakin tinggi tingkat inovasi yang dilakukan perusahaan, semakin besar kemungkinan perusahaan tersebut untuk mencapai keunggulan bersaing (Dewi & Suparna, 2017).

Meskipun demikian, tidak semua perusahaan mampu mengoptimalkan inovasi dan orientasi kewirausahaan dalam strategi bisnis mereka. Beberapa tantangan yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya, kurangnya akses terhadap teknologi, serta rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha kecil yang dapat menghambat kemampuan mereka untuk bersaing secara efektif di pasar global (Hamurwati, 2024). Jika tantangan ini tidak segera diatasi, perusahaan-perusahaan tersebut berisiko tertinggal dalam persaingan yang semakin dinamis. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat dalam mengintegrasikan inovasi dan orientasi kewirausahaan agar perusahaan dapat berkembang dan tetap kompetitif di era globalisasi ini.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan mengeksplorasi hubungan antara inovasi, orientasi kewirausahaan, dan keunggulan bersaing. Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang dapat membantu perusahaan mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

2. Tinjauan Pustaka

Inovasi

Inovasi merupakan proses penciptaan dan penerapan ide-ide baru yang bertujuan untuk meningkatkan nilai atau efisiensi dalam berbagai aspek kehidupan, baik dalam bisnis, teknologi, maupun sosial. Menurut Schumpeter (1942), inovasi adalah pengenalan produk atau layanan baru, metode produksi yang lebih efisien, pembukaan pasar baru, serta perubahan dalam organisasi industri. Inovasi bukan hanya sekadar penemuan (*invention*) tetapi juga mencakup proses implementasi yang menghasilkan dampak nyata di masyarakat atau pasar. OECD (2005) dalam "Oslo Manual" mendefinisikan inovasi sebagai "pengenalan produk baru atau yang ditingkatkan, proses, metode pemasaran, atau metode organisasi dalam praktik bisnis, tempat kerja, atau hubungan eksternal". Definisi ini menegaskan bahwa inovasi tidak terbatas pada aspek teknologi, tetapi juga mencakup perubahan strategis dalam cara kerja dan interaksi sosial. Dengan demikian, inovasi dapat terjadi dalam berbagai bentuk, seperti inovasi produk, proses, bisnis, dan sosial.

Dalam konteks ekonomi dan kewirausahaan, Drucker (1986) menjelaskan bahwa inovasi adalah instrumen utama dalam kewirausahaan, di mana para pengusaha menciptakan nilai baru dengan memanfaatkan peluang yang ada. Inovasi membantu perusahaan dan individu untuk tetap kompetitif dalam lingkungan yang terus berubah. Misalnya, inovasi dalam digitalisasi dan teknologi telah memungkinkan berkembangnya model bisnis baru seperti *e-commerce*, *fintech*, dan ekonomi berbagi (*sharing economy*), yang mengubah cara bisnis dan masyarakat beroperasi (Christensen, 1987). Secara keseluruhan, inovasi adalah kunci dalam pertumbuhan ekonomi dan perkembangan masyarakat. Negara-negara yang memiliki ekosistem inovasi yang kuat cenderung lebih kompetitif dan adaptif terhadap perubahan global. Oleh karena itu, investasi dalam penelitian dan pengembangan (R&D), pendidikan, serta kebijakan yang mendukung inovasi menjadi faktor krusial dalam mendorong kemajuan yang berkelanjutan (Porter, 1991).

Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah proses menciptakan, mengembangkan, dan mengelola usaha atau bisnis dengan tujuan menghasilkan keuntungan serta memberikan nilai tambah bagi masyarakat. Kewirausahaan melibatkan pengambilan risiko, inovasi, dan kreativitas dalam menghadapi tantangan bisnis dan pasar. Menurut Schumpeter (1942), kewirausahaan merupakan aktivitas inovatif yang dilakukan oleh seorang individu atau kelompok untuk menciptakan produk, proses, atau model bisnis baru yang mampu mengubah pasar. Schumpeter menekankan bahwa wirausahawan adalah agen perubahan yang memperkenalkan inovasi dalam perekonomian.

Sementara itu, menurut Drucker (1986), kewirausahaan bukan hanya tentang memulai bisnis baru, tetapi juga tentang mencari dan mengeksplorasi peluang yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis. Drucker menekankan bahwa seorang wirausahawan harus memiliki pola pikir proaktif dan mampu melihat perubahan sebagai kesempatan, bukan hambatan. Selain itu, (Hisrich, 2017) mendefinisikan kewirausahaan sebagai proses menciptakan sesuatu yang bernilai dengan mengalokasikan waktu dan usaha, mengambil risiko finansial, sosial, serta psikologis, dan menerima hasil dari usaha tersebut. Definisi ini menyoroti aspek risiko dan penghargaan yang melekat dalam kewirausahaan. Secara keseluruhan, kewirausahaan bukan hanya tentang mendirikan bisnis, tetapi juga tentang bagaimana individu atau kelompok menciptakan solusi inovatif, menghadapi ketidakpastian, dan memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan sosial.

Hubungan Inovasi Dalam Kewirausahaan

Inovasi dan kewirausahaan memiliki hubungan yang erat dan saling mendukung dalam menciptakan nilai ekonomi dan sosial. Kewirausahaan merupakan proses mengenali peluang, mengorganisir sumber daya, dan mengambil risiko untuk menciptakan atau mengembangkan

bisnis. Sementara itu, inovasi adalah faktor kunci dalam kewirausahaan karena memungkinkan wirausahawan untuk menciptakan produk, layanan, atau model bisnis yang lebih unggul dibandingkan pesaingnya.

Menurut Schumpeter (1942), inovasi adalah elemen utama dalam kewirausahaan yang mendorong pertumbuhan ekonomi melalui creative destruction, di mana inovasi menggantikan teknologi atau model bisnis lama dengan yang lebih efisien dan efektif. Wirausahawan yang inovatif menciptakan nilai baru di pasar, baik melalui pengenalan produk baru, perbaikan proses produksi, maupun eksplorasi pasar yang belum tergarap. Selain itu, inovasi membantu wirausahawan dalam menciptakan keunggulan kompetitif.

Dalam dunia bisnis yang dinamis, perusahaan yang terus berinovasi lebih mungkin untuk bertahan dan berkembang dibandingkan yang hanya mengandalkan cara-cara konvensional. Drucker (1986) menjelaskan bahwa inovasi bukan sekadar penemuan teknologi, tetapi juga melibatkan penerapan ide-ide baru dalam berbagai aspek bisnis, seperti strategi pemasaran dan manajemen organisasi. Dengan demikian, inovasi bukan hanya pelengkap dalam kewirausahaan, tetapi merupakan inti dari keberhasilan wirausaha. Tanpa inovasi, bisnis cenderung stagnan dan kalah dalam persaingan. Oleh karena itu, wirausahawan perlu mengembangkan budaya inovasi dalam bisnis mereka untuk menciptakan solusi yang relevan dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang.

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah *Systematic Literature Review* (SLR). Metode SLR digunakan untuk mengidentifikasi, mengkaji, mengevaluasi, dan menafsirkan semua penelitian yang tersedia dengan bidang topik tertentu yang relevan (Triandini et al., 2019). Artikel yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari berbagai basis data termasuk Sage, Emerald, Scimago, Springer, Scencedirect, MPDI, Sciendo, dan SINTA (Sinta 3 dan Sinta 4). Artikel-artikel tersebut dipilih berdasarkan rentang waktu dari tahun 2018 hingga tahun 2024. Data penelitian ini diambil dari dengan menggunakan *keyword Innovation, Entrepreneurial Orientation*. Berdasarkan hasil pencarian peneliti hanya memilih sebanyak 30 artikel. Tren tahun 2018 sampai tahun 2019 awal meningkatnya inovasi terhadap dan orientasi kewirausahaan dalam digitalisasi bisnis, kemudian tahun 2020 sampai tahun 2022 terjadinya pandemi COVID-19 yang akhirnya banyak penelitian tentang inovasi dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi, terakhir tahun 2023 sampai tahun 2024 ini lebih berfokus pada transformasi bisnis, adaptasi digitalisasi, tren kewirausahaan yang berbasis teknologi dan keberlanjutan (*sustainability*).

4. Hasil dan Pembahasan

Penelitian *Systematic Literature Review* ini mengulas 30 artikel terdahulu yang relevan, sesuai dengan hasil identifikasi. Ringkasan temuan disajikan dalam Tabel 1. Dari keseluruhan artikel yang dikaji, 21 artikel menggunakan metode kuantitatif dan 9 artikel menggunakan metode kualitatif.

Table 1. Hasil Artikel Review

No	Nama Penulis	Nama Jurnal	Metode	Tahun	Sampel	Negara	Hasil
1	Giancarlo Gomes <i>et al</i>	Revista de Gestão (REGE)	Kuantitatif	2022	159 perusahaan arsitektur dan urbanisme di Santa Catarina	Brazil	Perusahaan berbasis pengetahuan perlu mempertahankan orientasi kewirausahaan, mendorong pembelajaran, dan memperkuat inovasi layanan dengan strategi proaktif dan kreatif untuk meningkatkan daya saing.
2	Muzaffar Asad <i>et al</i>	Journal of Innovation and Entrepreneurship	Kualitatif	2023	270 UKM	Pakistan	Inovasi terbuka menghubungkan orientasi kewirausahaan dan TQM dengan peningkatan kinerja UKM. Pemilik UKM di negara berkembang disarankan menerapkannya untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis.
3	Mohammad Yaskun <i>et al</i>	International Journal of Professional Business Review	Kuantitatif	2023	302 pemilik UMKM di Lamongan	Indonesia	Orientasi pasar dan kewirausahaan berperan penting dalam daya saing dan kinerja UMKM, sementara inovasi hanya berdampak jika didukung strategi pemasaran dan kewirausahaan yang kuat.
4	Desak Made	Buletin Studi Ekonomi	Kuantitatif	2021	40 pemilik UMKM	Indonesia	Orientasi kewirausahaan saja tidak cukup

	Putriasih dan I Gusti Ayu Ketut Giantari					kuliner di Buleleng	untuk meningkatkan kinerja pemasaran, tetapi harus didukung dengan inovasi produk.
5	Afit Nur Rahmadi <i>et al</i>	Jurnal Ekbis : Analisis, Prediksi dan Informasi	Kuantitatif	2020	96 pengusaha UKM di Kediri	Indonesia	UKM perlu mengembangkan orientasi pasar dan kewirausahaan untuk meningkatkan daya saing. Namun, dalam kondisi tertentu seperti pandemi, inovasi tidak selalu berdampak positif terhadap keunggulan bersaing.
6	Inda Lestari <i>et al</i>	Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)	Kuantitatif	2019	36 pelaku usaha UMKM kuliner di Jakarta Selatan	Indonesia	UMKM kuliner yang inovatif dan berorientasi kewirausahaan cenderung lebih unggul dalam persaingan. Oleh karena itu, pelaku usaha harus terus berinovasi dalam produk dan strategi bisnis untuk mempertahankan keunggulan.
7	Agnes Asemokha <i>et al</i>	Journal of International Entrepreneurship	Kuantitatif	2019	95 UKM internasional dari berbagai industri	Finlandia	Inovasi model bisnis berperan penting dalam keberhasilan UKM di pasar internasional. Orientasi kewirausahaan yang tinggi saja tidak cukup meningkatkan kinerja internasional UKM tanpa inovasi model bisnis. Karena itu, manajer UKM harus mengutamakan inovasi model bisnis untuk meraih kesuksesan global.
8	Wendy Anzules-Falcones <i>et al</i>	Sustainability	Kualitatif	2023	3 UKM dari sektor kimia dan farmasi	Ekuador	UKM dengan orientasi kewirausahaan tinggi dan fleksibilitas baik lebih inovatif dan kompetitif di pasar global, namun dukungan kebijakan dan akses sumber daya tetap krusial bagi kapasitas inovasi mereka.
9	Qiang Liu <i>et al</i>	Frontiers in Psychology	Kuantitatif	2020	Laporan tahunan perusahaan Tiongkok yang terdaftar di CSMAR	China	Persaingan pasar mendorong inovasi dan kewirausahaan yang akhirnya meningkatkan kinerja perusahaan. Untuk bertahan dalam krisis, diperlukan strategi inovatif dan kompetitif.
10	Mohammed A. Al-Hakimi <i>et al</i>	Asia-Pacific Journal of Business Administration	Kuantitatif	2020	229 pemilik UKM	Yaman	Orientasi kewirausahaan dan inovasi berperan penting dalam ketahanan rantai pasokan UKM, sehingga perusahaan perlu mengadopsi strategi kewirausahaan berbasis inovasi untuk menghadapi gangguan.
11	Mingyue Fan <i>et al</i>	PLOS One	Kuantitatif	2021	423 respons	China	Hasil penelitian membuktikan adanya hubungan positif langsung antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja UKM, adopsi orientasi kewirausahaan dengan sosial media, adopsi sosial media dengan kinerja UKM, kemampuan inovasi, dan kinerja UKM.
12	Mahendra Kumar Chelliah <i>et al</i>	Administrative Sciences	Kuantitatif	2022	283 UKM Jasa	Malaysia	Temuan studi menyoroiti bahwa pengambilan risiko dan inovasi terbuka tidak memiliki hubungan langsung dengan Kinerja UKM.
13	Chaiyawit Muangmee <i>et al</i>	Social Sciences	Kuantitatif	2021	226 UKM di industri suku cadang otomotif	Thailand	Inovasi hijau sebagai kompetensi strategis kinerja UKM. Selanjutnya, Orientasi kewirausahaan hijau dan inovasi hijau dapat membantu pengelola UKM dalam memahami faktor-faktor yang mengarah pada kinerja bisnis yang berkelanjutan.
14	Lina Al-Momani <i>et al</i>	Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity	Kuantitatif	2023	162 Survei	Jordan	Orientasi kewirausahaan hijau berpengaruh pada inovasi hijau dan meningkatkan kinerja organisasi yang berkaitan dengan sosial, ekonomi, dan lingkungan.
15	Quang-Huy Ngo <i>et al</i>	Sage	Kuantitatif	2023	176 UKM Manufaktur	Vietnam	Penerapan orientasi kewirausahaan hanya bermanfaat bagi kinerja apabila orientasi kewirausahaan dapat digunakan untuk mengembangkan keunggulan diferensiasi kemampuan inovasi.
16	Jun-Chul Ha <i>et al</i>	Sustainability	Kuantitatif	2022	324 karyawan berbagai UKM di Korea Selatan	Korea Selatan	Orientasi kewirausahaan, inovasi, dan pertukaran pemimpin-anggota sangat penting bagi keberlanjutan UKM yang sangat terpengaruh oleh lingkungan yang berubah dengan cepat.
17	Mohammad A. Ta'Amnha <i>et al</i>	Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity	Kuantitatif	2023	384 UKM	Jordan	Kinerja inovasi bergantung pada inovasi terbuka, hanya orientasi kewirausahaan yang tidak cukup.
18	Rifelly Dewi Astuti <i>et al</i>	Problems and Perspectives in Management	Kuantitatif	2024	352 pemilik UKM	Indonesia	Di Indonesia, orientasi kewirausahaan individu mempengaruhi kinerja yang dibantu oleh inovasi, namun pengaruh ini tidak berbeda untuk UKM yang dikelola oleh wirausahawan pria dan wanita.
19	Tu Van Binh <i>et al</i>	International Journal of Management and Sustainability	Kuantitatif	2022	91 Perusahaan	Vietnam	Inovasi dan orientasi kewirausahaan yang berpengaruh terhadap pertumbuhan penjualan perusahaan.
20	Hao Jing <i>et al</i>	Sustainability	Kuantitatif	2023	243 perusahaan integrasi militer-sipil	China	Orientasi kewirausahaan memengaruhi inovasi terbuka perusahaan integrasi militer-sipil.
21	Gautam Sharma	Journal of Management Development	Kuantitatif	2019	Publikasi ilmiah tentang inovasi & kewirausahaan di India yang terindeks Scopus dari tahun 2000-2018.	India	Terjadi peningkatan signifikan dalam penelitian tentang inovasi dan kewirausahaan di India dalam dekade terakhir. Ada peningkatan kolaborasi antara universitas India dan universitas luar negeri. Studi ini mengidentifikasi pola kepengarangan, jurnal utama, dan makalah yang paling banyak dikutip.
22	Daniela Popescu <i>et al</i>	Management & Marketing	Kualitatif	2022	Studi literatur & data statistik e-commerce	Rumania	Transformasi kewirausahaan digital, tantangan e-commerce, peluang bisnis digital.
23	Wenzhi Zheng <i>et al</i>	Emerald	Kualitatif	2021	Studi teoritis & literatur terkait ekonomi berbagi		Inovasi sosial & kewirausahaan dalam ekonomi berbagi, penciptaan nilai sosial & ekonomi, model bisnis berbasis partisipasi.
24	Javier Jasso <i>et al</i>	Emerald	Kualitatif	2022	Studi literatur tentang inovasi & kewirausahaan di Amerika Latin	Meksiko	Kewirausahaan di Amerika Latin masih menghadapi tantangan dalam inovasi dan pembangunan ekonomi berbasis teknologi.
25	Vitor Medeiros <i>et al</i>	Emerald	Kuantitatif	2020	Data sekunder dari GEM, OECD, GCI (2007-2015)	Portugal	Perbedaan inovasi & kewirausahaan di Eropa Utara vs Selatan berdasarkan model Quadruple Helix.

26	David Ahlstrom <i>et al</i>	Multinational Business Review	Kualitatif	2018	Studi literatur tentang inovasi & kewirausahaan di China	China	China mendorong inovasi dan kewirausahaan dengan strategi top-down, tetapi menghadapi tantangan dalam lingkungan kelembagaan dan perlindungan hak kekayaan intelektual
27	Habib ur Rehman Makhdoom <i>et al</i>	Emerald	Kuantitatif	2019	700 pengusaha UKM di 5 kota industri Pakistan	Pakistan	Kewirausahaan individu & kolektif berkontribusi terhadap inovasi UKM, tetapi pengambilan keputusan terpusat tidak mendukung inovasi
28	Lauxmann Carolina T. dan Fernández Victor Ramiro	Economía y Desarrollo en América Latina	Kualitatif	2023	Studi teori strukturalisme ekonomi di Amerika Latin	Argentina	Masalah pembangunan ekonomi di Amerika Latin tetap terkait dengan ketimpangan pusat-periferia, dengan tantangan baru dalam ekonomi global.
29	Minwir Al- Shammari dan Waleed A. Aziz	Innovation, Management & Entrepreneurship	Kualitatif	2024	50 artikel dan buku dari Scopus, Web of Science, Google Scholar (1990-2022)	Bahrain	Pengembangan model integratif yang menghubungkan inovasi, kewirausahaan, dan pertumbuhan ekonomi berbasis ekosistem
30	Benediktus Rolando	Journal of Community Dedication	Kualitatif	2024	Studi literatur tentang inovasi & kewirausahaan	Indonesia	Inovasi dan kewirausahaan menciptakan lapangan kerja, mendiversifikasi ekonomi, dan memperkuat daya saing ekonomi nasional

Penelitian oleh Putriasih & Giantari (2021) menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran, sementara inovasi produk secara positif dan signifikan memediasi hubungan tersebut. Artinya, meskipun orientasi kewirausahaan penting dalam mengembangkan bisnis, dampaknya terhadap kinerja pemasaran tidak langsung terasa tanpa adanya inovasi produk. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelaku UMKM kuliner di Kabupaten Badung perlu lebih fokus pada inovasi produk untuk meningkatkan daya saing dan kinerja pemasaran mereka. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran, yang berarti bahwa semakin tinggi inovasi dalam produk, semakin baik pula kinerja pemasaran yang dicapai. Implikasi praktis dari penelitian ini menyoroti pentingnya peran inovasi sebagai strategi utama dalam meningkatkan daya saing bisnis kuliner, serta perlunya pelaku usaha untuk terus mengembangkan produk agar tetap relevan dengan pasar. Untuk mendukung inovasi, pelaku usaha juga perlu meningkatkan wawasan dan keterampilan dalam membaca tren pasar serta mengelola sumber daya dengan lebih efektif.

Falcones & Villegas (2023) menunjukkan bahwa kapasitas inovasi memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan daya saing UKM industri di Ekuador, terutama dalam sektor kimia dan farmasi. Studi ini mengungkap bahwa orientasi kewirausahaan dan fleksibilitas organisasi berkontribusi terhadap pengembangan kapasitas inovasi, yang pada akhirnya mendorong proses internasionalisasi perusahaan. Melalui pendekatan studi kasus terhadap tiga UKM, ditemukan bahwa inovasi dalam produk dan proses produksi menjadi strategi utama dalam menghadapi tekanan kompetitif dan perubahan pasar. Selain itu, faktor eksternal seperti kebijakan publik, regulasi, serta kondisi pasar turut memengaruhi tingkat inovasi dan daya saing UKM. Meskipun demikian, penelitian ini juga menyoroti tantangan utama yang dihadapi UKM, termasuk keterbatasan sumber daya, akses terhadap teknologi, serta perlindungan hak kekayaan intelektual yang masih terbatas. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan bagi pemangku kepentingan mengenai pentingnya kebijakan yang mendukung inovasi dan internasionalisasi UKM, serta perlunya strategi yang lebih fleksibel dan berbasis pasar untuk meningkatkan daya saing perusahaan dalam skala global.

Asemokha *et al.* (2019) menunjukkan bahwa inovasi model bisnis memiliki peran mediasi yang signifikan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja internasional UKM. Studi ini, yang melibatkan 95 UKM internasional di Finlandia, mengungkap bahwa orientasi kewirausahaan memiliki dampak positif terhadap inovasi model bisnis, dan inovasi model bisnis secara langsung meningkatkan kinerja internasional UKM. Namun, hubungan langsung antara orientasi kewirausahaan dan kinerja internasional tidak signifikan, yang menunjukkan bahwa inovasi model bisnis adalah faktor kunci dalam keberhasilan ekspansi internasional UKM. Hasil ini menegaskan bahwa UKM yang mampu beradaptasi dengan kondisi pasar yang dinamis melalui inovasi model bisnis memiliki peluang lebih besar untuk sukses di pasar global. Studi ini juga memberikan implikasi praktis bagi pelaku usaha dan pembuat kebijakan untuk mendukung inovasi model bisnis sebagai strategi utama dalam meningkatkan daya saing UKM di tingkat internasional. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam

cakupan geografis yang terbatas pada Finlandia dan menyarankan studi lebih lanjut dengan sampel yang lebih luas untuk menggeneralisasi temuan secara lebih menyeluruh.

Berdasarkan hasil penelitian Fan *et al.* (2021) membuktikan adanya hubungan positif langsung antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja UKM, adopsi orientasi kewirausahaan dengan sosial media, adopsi sosial media dengan kinerja UKM, kemampuan inovasi, dan kinerja UKM. Artinya orientasi kewirausahaan sangat penting dalam meningkatkan kinerja UKM. Untuk mendukung kinerja UKM, orientasi kewirausahaan merupakan elemen penting yang mempercepat proses adopsi sosial media organisasi.

Menurut Ngo (2023) penerapan orientasi kewirausahaan hanya bermanfaat bagi kinerja apabila orientasi kewirausahaan dapat digunakan untuk mengembangkan keunggulan diferensiasi kemampuan inovasi. Temuan ini memungkinkan empat kontribusi teoretis ke sastra. Pertama, penelitian ini berkontribusi pada literatur orientasi kewirausahaan dengan meneliti efek orientasi kewirausahaan dalam ekonomi transisi sebagai Vietnam. Kedua, penelitian ini juga mengatasi studi orientasi kewirausahaan sebelumnya dalam hal operasionalisasi kinerja. Ketiga penelitian ini memperkenalkan pada literatur orientasi kewirausahaan dua mediator baru seperti keuntungan diferensiasi dan kemampuan inovasi. Last but not least, penelitian ini juga berkontribusi pada teori kontingensi dalam studi orientasi kewirausahaan dengan membahas efek mediasi yang agak moderasi. Mengenai implikasi praktis, manajer UKM manufaktur harus menyadari bahwa mengadopsi orientasi kewirausahaan hanya bermanfaat bagi kinerja ketika orientasi kewirausahaan dapat digunakan untuk mengembangkan keuntungan diferensiasi dan kemampuan inovasi.

Jing *et al.* (2023) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan mempengaruhi inovasi terbuka perusahaan integrasi militer-sipil. Menunjukkan bahwa Orientasi kewirausahaan secara positif mempengaruhi inovasi terbuka militer-sipil perusahaan integrasi, relevansi politik memainkan peran mediasi dalam pengaruh kewirausahaan orientasi pada inovasi terbuka, dibandingkan dengan perusahaan militer ke sipil, relevansi politik lebih penting bagi perusahaan sipil ke militer. Temuan penelitian tidak hanya dapat memperkaya teori inovasi terbuka tetapi juga memiliki signifikansi panduan penting bagi militer sipil inovasi teknologi integrasi di China.

Penelitian Sharma (2019) di India menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah publikasi dan kolaborasi internasional dalam bidang ini, yang menandakan meningkatnya perhatian akademik terhadap inovasi dan kewirausahaan. Di sisi lain, Popescu *et al.* (2022) menggarisbawahi pergeseran ke arah digitalisasi dan ekonomi berbagi, dengan fokus pada tantangan dan peluang yang timbul dari transformasi digital. Studi-studi dari wilayah Amerika Latin Carolina T & Victor Ramiro (2019) mengungkapkan bahwa tantangan struktural dan ketimpangan ekonomi masih menjadi hambatan utama dalam pengembangan inovasi di kawasan tersebut.

Sementara itu, penelitian dari kawasan Eropa Medeiros *et al.* (2020) menyoroti perbedaan yang mencolok antara wilayah utara dan selatan Eropa dalam hal pendekatan inovasi dan kewirausahaan, yang dipengaruhi oleh konteks sosial dan kebijakan publik. Di China, Ahlstrom *et al.* (2018) menunjukkan bahwa strategi *top-down* berhasil mendorong inovasi, namun tetap menghadapi tantangan kelembagaan seperti perlindungan hak kekayaan intelektual. Al-shammari & Aziz (2024) mengembangkan model integratif yang menghubungkan inovasi, kewirausahaan, dan pertumbuhan ekonomi berbasis ekosistem, sementara studi lokal di Indonesia oleh Rolando *et al.* (2024) menekankan peran inovasi dalam penciptaan lapangan kerja dan peningkatan daya saing nasional.

Secara keseluruhan, berbagai studi ini menunjukkan bahwa meskipun konteks dan tantangan masing-masing negara berbeda, inovasi dan kewirausahaan tetap menjadi kunci dalam mencapai pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Perbedaan metodologi, mulai

dari pendekatan kuantitatif hingga kualitatif, memperkaya pemahaman terhadap fenomena ini dan memberikan landasan yang kuat untuk pengembangan kebijakan di masa depan.

5. Penutup

Kesimpulan

Implementasi kewirausahaan dengan orientasi inovasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi berperan penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Pelaku usaha menerapkan usaha yang menerapkan inovasi dalam strategi bisnis akan beradaptasi lebih baik terhadap perubahan pasar dan meningkatkan daya saing. Hasil penelitian juga mengindikasikan bahwa inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk, tetapi juga mencakup aspek operasional, pemasaran dan layanan pelanggan. Dengan pendekatan yang inovatif, usaha dapat mencapai efisiensi yang lebih tinggi serta membangun hubungan yang kuat dengan konsumen. Oleh karena itu penting bagi pelaku usaha untuk terus mendorong budaya inovasi guna mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Ahlstrom, D., Yang, X., Wang, L., & Wu, C. (2018). A global perspective of entrepreneurship and innovation in China. *Multinational Business Review*, 26(4), 302–318. <https://doi.org/10.1108/MBR-08-2018-0058>
- Al-shammari, M., & Aziz, W. A. (2024). *Innovation, Entrepreneurship, and Economic Growth: A Proposed Framework*. 3(1), 21–27.
- Arya, K. (2024). *Menghadapi Persaingan Usaha di Era Digital: Inovasi atau Mati*. <https://kumparan.com/kaka-arya/menghadapi-persaingan-usaha-di-era-digital-inovasi-atau-mati-23VXBJC7VuE>
- Asemokha, A., Musona, J., Torkkeli, L., & Saarenketo, S. (2019). Business model innovation and entrepreneurial orientation relationships in SMEs: Implications for international performance. *Journal of International Entrepreneurship*, 17(3), 425–453. <https://doi.org/10.1007/s10843-019-00254-3>
- Carolina T, L., & Victor Ramiro, F. (2019). THE ECONOMIC DEVELOPMENT AND ITS PROBLEMS IN CONTEMPORARY LATIN AMERICA. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Christensen, M. (1987). The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail by. *American Association of University Professors*, 1(2), 123–135. <https://journal.insankreasimedia.ac.id/index.php/JILPI>
- Deny, S. (2024). *Kontribusi UMKM ke PDB Indonesia Tembus Rp 9.580 Triliun*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5665709/kontribusi-umkm-ke-pdb-indonesia-tembus-rp-9580-triliun>
- Dewi, N. W. P. N., & Suparna, G. (2017). Peran Inovasi Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Industri Kain Endek. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(9), 5144–5174.
- Direktorat Jenderal Kekayaan Negara. (2020). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/umkm-bangkit-ekonomi-indonesia-terungkit.html>
- Drucker, P. F. (1986). Entrepreneurship Practice and Principles Public Productivity Review. *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles.*, 10(1), 105–109.
- Falcones, W. A., & Villegas, S. N. (2023). Innovation Capacity, Entrepreneurial Orientation, and Flexibility: An Analysis from Industrial SMEs in Ecuador. *Sustainability (Switzerland)*,

- 15(13), 18–22. <https://doi.org/10.3390/su151310321>
- Fan, M., Qalati, S. A., Khan, M. A. S., Shah, S. M. M., Ramzan, M., & Khan, R. S. (2021). Effects of entrepreneurial orientation on social media adoption and SME performance: The moderating role of innovation capabilities. *PLoS ONE*, 16(4 April 2021), 1–24. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0247320>
- Hamurwati, S. A. (2024). *Perkembangan UMKM di Indonesia*. <https://www.rri.co.id/surakarta/lain-lain/1066937/perkembangan-umkm-di-indonesia>
- Hisrich, R. D. (2017). Please see page 28 for important information about your subscription Entrepreneurship. *National Economic Trends*, April.
- Jing, H., Qu, G., & Qi, N. (2023). Influence of Entrepreneurial Orientation on Open Innovation of Military-Civilian Integration Enterprises in China: The Mediating Effect of Organization Legitimacy. *Sustainability (Switzerland)*, 15(2). <https://doi.org/10.3390/su15021160>
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2024). *Jadi Tulang Punggung Ekonomi Indonesia, Begini Tips Usaha Mikro agar Naik Kelas*. <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/jadi-tulang-punggung-ekonomi-indonesia-begini-tips-usaha-mikro-agar-naik-kelas>
- Lestari, I., Astuti, M., & Ridwan, H. (2022). Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner Pasar Lama Tangerang. *NAWASENA : Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 1(3), 79–83. <https://doi.org/10.56910/nawasena.v1i3.399>
- Medeiros, V., Marques, C., Galvão, A. R., & Braga, V. (2020). Innovation and entrepreneurship as drivers of economic development: Differences in European economies based on quadruple helix model. *Competitiveness Review*, 30(5), 681–704. <https://doi.org/10.1108/CR-08-2019-0076>
- Ngo, Q. H. (2023). The Impact of Entrepreneurial Orientation on SMEs' Performance in a Transitional Economy: The Mediating Role of Differentiation Advantages and Innovation Capability. *SAGE Open*, 13(4), 1–22. <https://doi.org/10.1177/21582440231203035>
- OECD. (2005). Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data. In *Early Childhood Education: An International Encyclopedia*. <https://doi.org/10.4324/9781315832685-107>
- Popescu, D., Dinu, A., & Gîrboveanu, S. (2022). Entrepreneurship in the Digital Age. *Management & Marketing*, 20(2), 224–233. <https://doi.org/10.52846/mnmk.20.2.08>
- Porter, M. E. (1991). The Competitive Advantage of Nations. *Journal of Management*, 17(1), 213–215. <https://doi.org/10.1177/014920639101700113>
- Putriasih, D. M., & Giantari, I. G. A. K. (2021). Peran Inovasi Produk Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Kuliner Di Badung. *Buletin Studi Ekonomi*, 26(2), 207. <https://doi.org/10.24843/bse.2021.v26.i02.p05>
- Rahmadi, A. N., Jauhari, T., & Dewandaru, B. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM Di Jalanan Kota Kediri. *Jurnal Ekbis*, 21(2), 178. <https://doi.org/10.30736/je.v21i2.510>
- Rolando, B., ... R. C.-J. O., & 2024, undefined. (2024). Innovation and Entrepreneurship As Pillars of Economic Development: a Review of the Literature and Its Implications for Society. *Adisampublisher.Org*, 4(3), 545–559. <https://adisampublisher.org/index.php/pkm/article/view/819>
- Schumpeter, J. A. (1942). *The Theory of Economic Development : An Inquiry into Profits , Capital , Credit , Interest and the Business Cycle , translated from the German by Redvers Opie , New Brunswick (U . Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology*, 3(2), 137–148.
- Setiyono, J., & Sutrimah, S. (2016). Analisis Teks dan Konteks Pada Iklan Operator Seluler (XL dengan Kartu AS). *Pedagogia : Jurnal Pendidikan*, 5(2), 297–310. <https://doi.org/10.21070/pedagogia.v5i2.263>

- Sharma, G. (2019). Innovation and entrepreneurship research in India from 2000 to 2018: a bibliometric survey. *Journal of Management Development*, 38(4), 250–272. <https://doi.org/10.1108/JMD-11-2018-0316>
- Triandini, E., Jayanatha, S., Indrawan, A., Werla Putra, G., & Iswara, B. (2019). Metode Systematic Literature Review untuk Identifikasi Platform dan Metode Pengembangan Sistem Informasi di Indonesia. *Indonesian Journal of Information Systems*, 1(2), 63. <https://doi.org/10.24002/ijis.v1i2.1916>