

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis yang mengalami perkembangan pesat dimana jumlah penduduk semakin bertambah dan jumlah pesaing sangat ketat, oleh karena itu pesaing bisnis yang begitu sangat tinggi mewajibkan para usaha untuk mengoptimalkan kinerja pemasarannya, karena kesuksesan sebuah produk akan berdampak pada efektivitas pemasaran. Menurut Hesty & Puspitasari (2015) Kinerja pemasaran adalah ukuran keberhasilan selama jangka waktu yang telah ditetapkan dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah kegiatan yang akan direncanakan dan dilaksanakan dapat efektif dalam hal strategi persiapan dan implementasi, atau jika ada keterlambatan waktu.

Indonesia memiliki beragam jenis bisnis usaha yang saat ini dilakukan oleh masyarakat sekitar, diantaranya seperti Industri Kecil Menengah (IKM). IKM merupakan sebuah organisasi bisnis yang bersifat mandiri, dalam pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja serta distribusi pendapatan di berbagai negara. IKM juga menjadi utama inovasi karena pertumbuhan yang cepat, hal ini disebabkan oleh kinerja IKM yang sangat efisien, produktif dan memiliki tingkat daya saing yang tinggi di dunia Tambunan (2012). Kebijakan yang dilakukan pemerintah agar bisa menumbuhkan perekonomian negara dengan program yang dijalankan, membuat perkembangan suatu usaha menjadi perhatian yang menarik.

Semakin ketatnya persaingan memerlukan strategi supaya memahami kebutuhan konsumen dan bisa terus mempertahankan posisi yang kuat sehingga mampu bersaing

dengan pelaku usaha lainnya. Persaingan antar pelaku usaha industri kecil menengah (IKM) yang mengalami peningkatan, membuat para pelaku usaha harus merancang produk yang kreatif untuk menarik minat konsumen dan membuat produk usahanya menjadi lebih baik dari para pelaku usaha lainnya. Menurut Arianti dan Suryoko (2020) hal ini dapat dilakukan dengan menawarkan produk yang lebih disesuaikan dengan kebutuhan serta keinginan pelanggan.

Banyak pelaku usaha menciptakan peluang mereka sendiri dengan memulai bisnis mereka sendiri, hal ini terlihat dari banyak jumlah industri kecil menengah (IKM) di kota Tanjungpinang. Hal tersebut terlihat banyaknya pelaku usaha yang secara konsisten mengalami pertumbuhan setiap tahun. Berikut adalah data pertumbuhan IKM di kota Tanjungpinang dari tahun 2019 hingga 2023 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Pertumbuhan IKM di Tanjungpinang

Tahun	Jumlah IKM	Pertumbuhan (%)
2018	518	
2019	582	12 %
2020	676	16 %
2021	810	20 %
2022	1.792	121 %
2023	1.964	10 %

Sumber : Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Tanjungpinang (2023)

Pada tabel 1.1, terlihat jumlah Industri Kecil Menengah (IKM) di Kota Tanjungpinang mengalami pertumbuhan selama periode 2018 hingga 2023. Jumlah IKM di Tanjungpinang telah meningkat lebih dari tiga kali lipat dari tahun 2018. Hal ini menunjukkan adanya tren positif dalam perkembangan IKM di kota tersebut. Setiap

tahunnya, jumlah pelaku usaha IKM terus bertambah dengan kenaikan paling besar terjadi pada tahun 2022 yaitu sebesar 121%, kenaikan ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti pertumbuhan populasi dan daya beli masyarakat, permintaan akan produk juga meningkat, ini mendorong lebih banyak individu untuk memulai usaha, program dukungan dari Kementerian Perindustrian yang memudahkan para pelaku usaha untuk memproduksi produk mereka dengan alat bantu yang diberikan, serta pelatihan untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan dan pertumbuhan ekonomi. IKM menjadi pilar penting bagi perekonomian Kota Tanjungpinang. Tentu, pemerintah secara konsisten mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui usaha masyarakat sekitar. Tanjungpinang memegang peranan penting terkait pertumbuhan ekonomi yang memberikan harapan bagi masyarakat umum dan pelaku usaha untuk terus berkembang. Segala program yang dijalankan pemerintah menunjukkan secara konsisten mendorong serta meningkatkan perekonomian masyarakat melalui berbagai program yang pro rakyat kecil.

Hal ini menyebabkan berkembangnya Industri Kecil Menengah (IKM) di berbagai wilayah Kota Tanjungpinang, termasuk Kecamatan Tanjungpinang Timur. ini menunjukkan potensi besar yang dimiliki Tanjungpinang dalam mengembangkan suatu bidang Industri Kecil dan Menengah. Berikut ini adalah data terbaru jumlah pelaku usaha IKM yang berlokasi Kecamatan Tanjungpinang Timur.

Tabel 1.2
Jumlah Industri Kecil Menengah (IKM)
di Kec. Tanjungpinang Timur
Tahun 2023

Kelurahan kecamatan	Pangan	Sandang	Kerajinan	Bahan bangunan	Bengkel / Teralis	Aneka Industri	Total IKM
Kelurahan Air Raja	77	7	6	4	1	0	95
Kelurahan Kampung Bulang	92	7	3	4	5	3	114
Kelurahan Melayu Kota Piring	116	20	11	3	5	3	158
Kelurahan Pinang Kencana	177	19	6	0	0	1	203
Kelurahan Batu Sembilan	326	10	5	8	4	3	356
Kecamatan Tanjungpinang Timur	788	63	31	19	15	10	926

Sumber : Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Tanjungpinang (2023)

Tabel 1.3
Jumlah IKM Pangan dan Non Pangan IKM
di Kecamatan Tanjungpinang Timur

IKM Pangan	788
IKM Non Pangan	138
Total Pelaku Usaha IKM	926

Dari tabel 1.3, tercatat jumlah IKM Pangan berjumlah 788 dan IKM Non Pangan berjumlah 138 dan total keseluruhan terdapat 926 pelaku usaha IKM yang sudah terdaftar di Kec. Tanjungpinang Timur pada tahun 2023. Dari data diatas juga menjelaskan setiap pelaku usaha harus memiliki strategi yang beda agar bisa mencapai keunggulan bersaing dipasar yang dinamis.

Menurut Ribek (2018), untuk mencapai keunggulan bersaing, organisasi dan keberlanjutan bisnis, pelaku usaha perlu dipahami kemampuan internal dalam usahanya. Keunggulan produk harus diciptakan agar produk mampu bertahan dalam bersaing dipasar, dan memungkinkan konsumen memilih produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Menurut Saiman (2009), keunggulan bersaing adalah suatu manfaat yang ada ketika suatu bisnis memiliki dan menghasilkan suatu produk atau jasa yang dilihat jelas dipasar sasarannya dan lebih menguntungkan dibandingkan dengan para bisnis pesaing lainnya. Potensi yang sangat tinggi mendorong IKM untuk terus berupaya belajar dan berkarya untuk mengembangkan strategi-strategi usaha, serta meningkatkan kemampuannya dalam menyesuaikan diri dengan kondisi lingkungan yang berkembang dengan cepat. Cara efektif untuk meluncurkan usaha adalah dengan memastikan bahwa produk tetap unggul dan memperhatikan kebutuhan pelanggan.

Menurut Dismawan (2013) menegaskan bahwa memiliki keunggulan bersaing sangat penting untuk bertahan hidup di era global. Inovasi produk adalah salah satu elemen yang mendefinisikan keunggulan bersaing. Menurut Suhaeni (2018), Charan et al. menyoroti bahwa inovasi meningkatkan berbagai kapasitas perusahaan, termasuk kapasitas untuk bergabung dengan pasar dan menarik pelanggan, selain meningkatkan pertumbuhan laba. Karena hasil dari tindakan pelaku usaha dapat dibuat tersedia untuk target pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, barang pelaku usaha adalah titik fokus dari kampanye pemasaran. Pelaku bisnis tidak dapat bersaing di pasar atau bertahan untuk jangka waktu yang lama tanpa inovasi. Menurut Sukmadi (2016), inovasi didefinisikan sebagai konsep, item, informasi, teknologi, atau kelembagaan,

yang dapat membantu pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas dan daya saingnya, oleh karena itu, inovasi menjadi kunci penting untuk mempertahankan keunggulan bersaing dan meningkatkan kesuksesan usaha.

Sehingga peneliti mempelajari permasalahan inovasi. Dengan kata lain, masalah inovasi produk terjadi karena jumlah ide yang terbatas, sehingga pelaku usaha merasa tidak ada persaingan dipasar dan meniru produk yang sudah ada untuk mencapai keuntungan yang tinggi. Noviani (2020) menegaskan bahwa pelaku usaha menggunakan berbagai desain produk kreatif untuk menghasilkan produk baru. Inovasi produk ini memberikan pelanggan lebih banyak pilihan dan manfaat, yang menjadikannya salah satu strategi yang digunakan oleh pelaku bisnis untuk menjaga keunggulan bersaing. dengan demikian, inovasi produk memungkinkan pelaku usaha untuk tetap berkompetisi dalam pasar yang semakin dinamis dan persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, pelaku usaha terus berinovasi dalam menghasilkan produk yang lebih dan berbeda dari pesaing untuk mempertahankan keunggulan bersaing dan meningkatkan kesuksesan usaha.

Untuk menjawab tantangan agar pelaku usaha memenangkan keunggulan bersaing maka diperlukan kreativitas tinggi dalam mengembangkan produk para pelaku usaha Dismawan (2013). Hadiyati (2011) mendefinisikan kreativitas sebagai upaya menuju suatu proses atau produk yang akurat, benar, bermanfaat, dan konstruktif terhadap suatu tugas yang melibatkan komponen heuristik, yaitu sesuatu yang berfungsi sebagai panduan, pedoman, atau panduan yang memotivasi kita untuk mengambil dan memahami ide-ide baru. Hal ini seharusnya dimiliki agar usaha tersebut bisa berjalan

lancar dan memiliki ide untuk menciptakan produk yang berbeda dalam keunggulan pasar. Sebuah produk apapun akan terjual jika memiliki nilai jual yang unik, yang dapat dicapai dengan mengembangkan kreativitas. Menurut Ernawati dan kurniawati (2020) Untuk menerapkan inovasi produk sebagai strategi untuk mempertahankan pasar dan keunggulan bersaing yang dimiliki pelaku bisnis, ide-ide baru atau saat ini dapat dihasilkan dan kemudian diperbarui dari sumber eksternal.

Sehingga peneliti mempelajari permasalahan keterbatasan kreativitas pada suatu produk karena pelaku usaha merasa tidak ada yang harus diperbaharui atau di tingkatkan semuanya di anggap sudah cukup. Menurut Aisyah dalam Darmayanti et al (2022) Seorang pebisnis harus kreatif saat menciptakan barang jika mereka ingin mengungguli persaingan dengan barang berkualitas tinggi dan preferensi pelanggan yang ambigu. Dengan demikian, pelaku usaha akan mampu bersaing dengan orisinalitas yang digunakan.

Menurut Nurussakinah (2018) keunggulan bersaing dalam era industrialisasi bersaing memerlukan perhatian penuh terhadap kualitas produk, kualitas produk bertujuan untuk memastikan bahwa hanya produk dengan mutu yang terbaik yang diproduksi. Kualitas produk ditentukan oleh berbagai aplikasinya, termasuk daya tahan, ketergantungan pada item lain, keunikan, kenyamanan, dan fitur eksternal seperti warna, bentuk, dan kemasan. Haryono (2018). karena kualitas dapat menjadi modal dan alat yang tangguh untuk menghadapi persaingan Tannady (2015). Tjiptono (2008) juga menjelaskan bahwa kualitas merupakan cerminan dari semua dimensi, sehingga sangat penting dalam mencapai keunggulan bersaing. oleh karena itu, pelaku

usaha harus berfokus pada pengembangan kualitas produk untuk meningkatkan daya saing dan mempertahankan keunggulan bersaing dalam industri yang sangat bersaing.

Faktor orientasi kewirausahaan dapat memengaruhi keunggulan bersaing, seperti yang disampaikan oleh Weerawerdeena dalam Arianti dan Suryoko (2020) kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan. Menurut Wiklund dan Shepherd (2005) Ada beberapa manfaat lainnya yang dapat diperoleh para pelaku usaha dengan menerapkan orientasi kewirausahaan, manfaat ini mencakup peningkatan kesadaran pelaku usaha untuk memperbaharui atau mengupgrade Produk di pasar mengambil kesempatan untuk mencoba mengembangkan produk baru dan mengakali saingan dengan berbagai peluang yang disajikan oleh pasar. Oleh karena itu peneliti meninjau apa saja yang menjadi permasalahan dari orientasi yaitu ialah yang tidak memanfaatkan peluang dalam menjalankan usaha atau bisnis. Sehingga para pelaku usaha ini hanya peduli pada kelancaran usaha yang dijalankan. Hal ini membuktikan dengan belum beraninya mereka mengambil resiko dalam mengeluarkan hasil ide-ide untuk produk usaha mereka yang disebarkan ke masyarakat pembeli.

Kota Tanjungpinang ini terdapat kuliner yang berada diberbagai kecamatan, termasuk kecamatan Tanjungpinang timur. Menurut data Badan Pusat Statistik, kecamatan tersebut mempunyai total penduduk yang cukup banyak. IKM dianggap dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan membantu meningkatkan perekonomian suatu daerah. Menurut Dismawan (2013) Meningkatkan jumlah IKM tidak hanya meningkatkan persentase perdagangan antara operator, terutama industri makanan.

karena makanan dan minuman adalah dua hal yang selalu dibutuhkan oleh setiap orang, industri kuliner adalah industri yang paling banyak mendapat perhatian. Selain menawarkan ragam kuliner makanan dan minuman terdapat spot foto yang menarik di dalam area bahkan di area terbuka serta hiburan yang ada. Untuk menjadi unggul dalam persaingan, pelaku usaha IKM tidak hanya berfokus pada kualitas produk mereka, tetapi juga dituntut harus berinovasi, kreatif dan memiliki orientasi kewirausahaan yang baik. hal ini akan memberikan pelaku usaha unggul dalam bersaing.

Survei awal yang berkaitan dengan variabel penelitian dilakukan oleh penulis. Mencari tahu apakah penelitian ini relevan jika dilakukan di Kecamatan Tanjungpinang Timur adalah tujuan dari survei pendahuluan. Tabel di bawah ini menunjukkan hasil penelitian awal peneliti, yang melibatkan 10 responden yang merupakan pelaku usaha di Kec. Tanjungpinang Timur:

Tabel 1.4
Survey Awal Inovasi Produk

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
1.	Apakah usaha anda saat ini terdapat menu baru pada produk yang dimiliki ?	5	50%	5	50%
2.	Apakah pelaku usaha mampu menghasilkan produk-produk yang digemari konsumen, sehingga menarik dan menumbuhkan minat beli konsumen ?	5	50%	5	50%
Inovasi Produk (Rata-Rata jawaban)		10	50%	10	50%

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan tabel survei awal tentang inovasi produk menunjukkan bahwa, meskipun keberadaan menu produk baru dapat meningkatkan persaingan bisnis dengan

pesaing lain, dalam beberapa sampel terdapat masalah dengan faktor inovasi seperti adanya menu baru pada produk yaitu, 50% pelaku usaha tidak memiliki menu baru dari yang lama. pada pelaku usaha yang mampu menghasilkan produk yang digemari konsumen yaitu 50% pelaku usaha yang tidak mampu menumbuhkan minat beli konsumen agar saingan yang konsisten menawarkan barang yang sangat disukai pelanggan mampu mengklaim keunggulan. Menurut respon rata-rata pelaku usaha, 50% inovasi produk masih belum cukup untuk memberikan keunggulan atas pesaing.. Penulis mempelajari adanya kurang ide inovasi produk dari setiap pelaku usaha IKM sehingga masih ada yang meniru produknya untuk memperoleh keuntungan.

Tabel 1.5
Survey Awal Kreativitas Produk

No	★ Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
1.	Apakah pelaku usaha mempunyai ide-ide kreatif untuk mengembangkan usaha ?	7	70%	3	30%
2.	Apakah pelaku usaha mampu menciptakan produk yang bervariasi ?	5	50%	5	50%
Kreativitas Produk (Rata-Rata jawaban)		12	60%	8	40%

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan tabel survei awal tentang kreativitas produk pada sebagian sampel terdapat masalah faktor-faktor yang terjadi seperti adanya pelaku usaha yang mampu menciptakan produk yang bervariasi yaitu 50%, padahal dengan menciptakan varian dalam produk dapat meningkatkan persaingan usaha dengan kompetitor lain. pada pelaku usaha yang memiliki ide-ide kreatif dalam mengembangkan produknya yaitu 70%, namun pada survei awal pelaku usaha masih terdapat 30% belum adanya ide

kreatif dalam mengembangkan usahanya. Rata-rata jawaban responden menyatakan bahwa 60% pelaku usaha sudah memiliki kreativitas, namun masih terdapat 40% yang berpendapat berbeda, penulis mempelajari adanya keterbatasan kreativitas, karena pelaku usaha merasa tidak ada yang harus ditambahkan dan dianggap sudah cukup.

Tabel 1.6
Survey Awal Kualitas Produk

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
1.	Apakah pelaku usaha menyesuaikan dengan pola hidup zaman kini, dengan mengutamakan kualitas ?	6	60%	4	40%
2.	Apakah pelaku usaha memiliki atas produk yang menarik dan unik ?	8	80%	2	20%
Kualitas Produk (Rata-Rata jawaban)		14	70%	6	30%

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan tabel survei awal tentang kualitas produk pada pelaku usaha IKM, dapat dilihat bahwa presentase pelaksanaan kualitas produk yang dilakukan pelaku usaha lebih besar kearah berkualitas daripada sebaliknya. Menurut Darmayanti et al (2022) Kualitas produk adalah komponen penting agar berdampak pada profitabilitas bisnis jangka panjang, dan termasuk pada industri kuliner. Hal ini tentu akan meningkatkan daya saing usaha dengan kompetitor lain. Menurut responden survei, 70% produk usaha sudah berkualitas tinggi, namun masih ada 30% yang memiliki kualitas yang tidak konsisten. penulis mempelajari adanya kurang kesadaran diri dalam meningkatkan kualitas dan daya saing setiap usaha oleh pelaku usaha IKM.

Tabel 1.7
Survey Awal Orientasi Kewirausahaan

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
1.	Apakah pelaku usaha berani mengambil keputusan terkait pengembangan usaha ?	7	70%	3	30%
2.	Apakah pelaku usaha aktif mencari informasi yang berkaitan dengan peluang usaha ?	8	80%	2	20%
Orientasi Kewirausahaan (Rata-Rata jawaban)		15	75%	5	25%

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan tabel survei awal tentang orientasi kewirausahaan pada pelaku usaha dapat dilihat persentase pelaksanaan orientasi kewirausahaan yang dilakukan pelaku usaha lebih besar rata-rata jawaban responden menyatakan bahwa 75% sudah dapat mencari informasi dan berani mengambil keputusan dalam mengembangkan usaha serta menciptakan keunggulan bersaing, namun masih terdapat 25% yang berpendapat berbeda, adanya pelaku usaha yang kurang memahami dalam strategi pemasaran dalam mengembangkan usahanya dan ada yang menyatakan hanya usaha sampingan saja tidak terlalu fokus pada usahanya tersebut. Faktor orientasi kewirausahaan diindiasikan dapat mempengaruhi keunggulan bersaing seperti yang disampaikan oleh Weerawerdeena dalam Arianti dan Suryoko (2020) kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif berfungsi sebagai dasar dan sumber daya untuk mencari peluang prospek sukses dalam kewirausahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai permasalahan yang ada pada pelaku usaha IKM dengan judul penelitian : **Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Kualitas**

Produk, dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada Industri Kecil Menengah (IKM) di Kecamatan Tanjungpinang Timur.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini tercantum berdasarkan konteks yang telah dibahas dan temuan pra-survei yang telah dilakukan, berikut identifikasi masalah:

1. Kurangnya ide inovasi dari setiap pelaku IKM sehingga masih ada yang meniru produknya untuk memperoleh keuntungan.
2. Keterbatasan kreativitas dalam melakukan perkembangan produk baru
3. Kurangnya kesadaran diri dalam upaya meningkatkan kualitas dan daya saing masing-masing pelaku usaha IKM.
4. Kurangnya pemahaman atau strategi pemasaran pada aspek kewirausahaan yang menjadi hambatan bagi IKM dalam bersaing

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini antara lain :

1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Industri Kecil Menengah (IKM) di Kecamatan Tanjungpinang Timur?
2. Apakah kreativitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Industri Kecil Menengah (IKM) di Kecamatan Tanjungpinang Timur?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Industri Kecil Menengah (IKM) di Kecamatan Tanjungpinang Timur?

4. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Industri Kecil Menengah (IKM) di Kecamatan Tanjungpinang Timur?
5. Apakah inovasi produk, kreativitas produk, kualitas produk dan orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Industri Kecil Menengah (IKM) di Kecamatan Tanjungpinang Timur?

1.4 Pembatasan Masalah

Agar memastikan penelitian ini dilakukan dengan konsistensi pada masalah yang diteliti, perlu adanya pembatasan terhadap masalah yang penulis teliti, oleh karena itu peneliti membatasi diri hanya berkaitan dengan variabel yang sesuai dengan judul yang diteliti yaitu variabel Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Kualitas Produk dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing dan objek penelitiannya pada pelaku usaha Industri Kecil Menengah (IKM) jenis pangan yang berada di Kecamatan Tanjungpinang Timur.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan peneliti ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada Industri Kecil Menengah (IKM) di Kecamatan Tanjungpinang Timur.
2. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas produk terhadap keunggulan bersaing pada Industri Kecil Menengah (IKM) di Kecamatan Tanjungpinang Timur.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada Industri Kecil Menengah (IKM) di Kecamatan Tanjungpinang Timur.

4. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada Industri Kecil Menengah (IKM) di Kecamatan Tanjungpinang Timur.
5. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, kreativitas produk, kualitas produk dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada Industri Kecil Menengah (IKM) di Kecamatan Tanjungpinang Timur.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. bagi peneliti adalah bahwa hal itu dapat membantu memecahkan lebih banyak masalah di bidang yang sama dengan memberikan saran untuk penelitian di masa depan, dan bagi penulis, ini membantu menyelesaikan tugas akhir dari perkuliahan.
2. Bagi pemerintah, bermanfaat untuk menjadi masukan dalam memperoleh pengetahuan tentang isu-isu yang berkaitan dengan dampak inovasi produk, kreativitas produk, kualitas produk, dan orientasi kewirausahaan agar pemerintah dapat menetapkan kebijakan yang tepat untuk meningkatkan keunggulan bersaing pada IKM di Kecamatan Tanjungpinang Timur.
3. Bagi pihak-pihak lain, penelitian ini dapat memberikan referensi dan menambah referensi dan data tambahan untuk mendukung penelitian selanjutnya mengenai pengaruh inovasi produk, kreativitas produk, kualitas

produk dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing dalam hal pengembangan studi mengenai kewirausahaan.

1.7 Sistematika Penelitian

Untuk memberikan gambaran singkat dan memudahkan pemahaman tentang isi proposal ini, maka sistem penulisannya dibagi menjadi beberapa bab, antara lain sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latarbelakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan aspek-aspek metodologi penelitian yang berkaitan dengan teori pengetahuan yang mendasari masalah penelitian, hasil penelitian terdahulu, dan hipotesis penelitian yang memberikan contoh-contoh yang akan disajikan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan variabel penelitian, populasi dan sampel yang diperiksa, berbagai jenis dan sumber data yang digunakan, serta teknik pengumpulan dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memberikan jawaban dan penjelasan atas temuan pengujian hipotesis dengan menggunakan metode pengumpulan yang digunakan, serta deskripsi objek penelitian dan analisis data.

BAB V KESIMPULAN

Berisi kesimpulan dan saran .

