

MEMPERKUAT KEUNGGULAN KOMPETITIF MELALUI ENTREPRENEURIAL ORIENTATION: STUDI KASUS INDUSTRI FASHION DI ERA DIGITAL

Fadhilah^{1*}, Laili Suhairi², dan Yuli Heirina Hamid³

^{1,2,3}Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh, Indonesia

* Corresponding Email: fadhilah.razali@yahoo.co.id

A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara *Entrepreneurial Orientation* (EO) dan keunggulan kompetitif dalam konteks industri fashion di Kota Banda Aceh. Dalam era digital yang dinamis, penting bagi pelaku industri fashion untuk mengembangkan orientasi kewirausahaan guna mempertahankan keunggulan kompetitif mereka. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni 2024 dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui kuisioner yang didistribusikan kepada berbagai toko busana, tailor, dan toko-toko lain yang berhubungan dengan fashion di Banda Aceh. EO, yang mencakup dimensi inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko, dianggap sebagai faktor kunci yang dapat mempengaruhi keberhasilan bisnis dalam industri yang kompetitif. Melalui analisis kualitatif deskriptif, penelitian ini mengidentifikasi sejauh mana EO diterapkan oleh para pelaku usaha di sektor fashion dan bagaimana hal tersebut berkontribusi pada keunggulan kompetitif mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara EO dan keunggulan kompetitif. Dimensi inovasi paling dominan mempengaruhi keunggulan kompetitif, diikuti oleh proaktif dan pengambilan risiko. Pelaku usaha yang lebih inovatif dan proaktif cenderung memiliki keunggulan yang lebih besar dalam hal diferensiasi produk, respon pasar, dan adaptabilitas terhadap perubahan tren fashion. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan teori EO dalam konteks industri fashion serta memberikan wawasan praktis bagi pelaku industri fashion di Banda Aceh untuk meningkatkan daya saing mereka. Dengan memperkuat EO, pelaku usaha dapat lebih siap menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam pasar fashion yang terus berkembang. Temuan ini juga diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengambil kebijakan dalam merumuskan strategi yang mendukung pengembangan industri fashion lokal.

Kata Kunci : *Entrepreneurial Orientation*, Keunggulan Kompetitif, Industri Fashion, Inovasi, Proaktif

A B S T R A C T

This study aims to explore the relationship between Entrepreneurial Orientation (EO) and competitive advantage in the context of the fashion industry in Banda Aceh. In the dynamic digital era, it is crucial for fashion industry players to develop an entrepreneurial orientation to maintain their competitive edge. This research was conducted in June 2024 using a descriptive qualitative method. Data were collected through questionnaires distributed to various fashion stores, tailors, and other fashion-related shops in Banda Aceh. EO, which includes the dimensions of innovation, proactiveness, and risk-taking, is considered a key factor that can influence business success in a competitive industry. Through descriptive qualitative analysis, this study identifies the extent to which EO is applied by business actors in the fashion sector and how it contributes to their competitive advantage. The results of the study show that there is a significant positive relationship

between EO and competitive advantage. The innovation dimension predominantly influences competitive advantage, followed by proactiveness and risk-taking. Business actors who are more innovative and proactive tend to have greater advantages in terms of product differentiation, market responsiveness, and adaptability to changing fashion trends. This research provides significant contributions to the development of EO theory in the context of the fashion industry and offers practical insights for fashion industry players in Banda Aceh to enhance their competitiveness. By strengthening EO, business actors can be better prepared to face challenges and seize opportunities in the ever-evolving fashion market. These findings are also expected to serve as a basis for policymakers in formulating strategies that support the development of the local fashion industry.

Keywords : Entrepreneurial Orientation, Competitive Advantage, Fashion Industry, Innovation, Proactiveness.

PENDAHULUAN

Di era digital yang semakin maju, industri fashion mengalami transformasi signifikan yang ditandai oleh perubahan tren, perilaku konsumen, dan teknologi. Pelaku industri fashion kini dihadapkan pada tantangan untuk terus berinovasi dan beradaptasi agar dapat mempertahankan keunggulan kompetitif mereka (Fikri et al., 2023). *Entrepreneurial Orientation* (EO), yang mencakup dimensi inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko, menjadi salah satu pendekatan strategis yang krusial dalam mengarahkan bisnis untuk mencapai keunggulan kompetitif di tengah persaingan yang semakin ketat (Ashari et al., 2022; Juliani & Nuvriasari, 2024; Sugiarto et al., 2023).

Di Kota Banda Aceh, industri fashion merupakan sektor yang berkembang dengan pesat dan menjadi salah satu tulang punggung ekonomi lokal. Banyaknya pelaku usaha yang terlibat dalam sektor ini, mulai dari toko busana, tailor, hingga butik fashion, menunjukkan potensi besar untuk pengembangan bisnis yang berkelanjutan (Novrian & Kesuma, 2024; Rosyadi et al., 2024). Namun, untuk dapat bersaing secara efektif, para pelaku usaha perlu memahami dan menerapkan prinsip-prinsip EO dalam operasional mereka sehari-hari.

EO memainkan peran penting dalam mendorong inovasi dan kreativitas, yang pada gilirannya dapat menghasilkan produk-produk fashion yang unik dan berbeda dari pesaing. Dengan pendekatan proaktif, pelaku usaha dapat lebih cepat merespons perubahan tren dan kebutuhan konsumen, sementara pengambilan risiko yang terukur memungkinkan mereka untuk mengeksplorasi peluang-peluang baru yang dapat membawa keuntungan kompetitif (Rahmawati et al., 2023; Wahyudono, 2023). Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang EO dan dampaknya terhadap keunggulan kompetitif menjadi sangat penting bagi keberlanjutan bisnis dalam industri fashion.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara EO dan keunggulan kompetitif di kalangan pelaku industri fashion di Banda Aceh. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, penelitian ini mengumpulkan data melalui kuisioner yang didistribusikan kepada berbagai toko busana, tailor, dan toko-toko terkait fashion di Banda Aceh pada bulan Juni 2024. Analisis data ini akan memberikan wawasan mengenai sejauh mana EO diterapkan dan bagaimana hal tersebut berkontribusi terhadap keunggulan kompetitif para pelaku usaha.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan industri fashion di Banda Aceh. Secara teoritis, penelitian ini akan menambah literatur mengenai EO dalam konteks industri fashion. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat digunakan oleh pelaku industri fashion untuk meningkatkan daya saing mereka serta oleh pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi yang mendukung pengembangan industri fashion lokal. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan bagi akademisi, tetapi juga bagi praktisi dan pengambil kebijakan di bidang industri fashion.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk mengeksplorasi hubungan antara Entrepreneurial Orientation (EO) dan keunggulan kompetitif dalam konteks industri fashion di Kota Banda Aceh. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti melalui pengumpulan dan analisis data kualitatif.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Banda Aceh pada bulan Juni 2024. Lokasi ini dipilih karena merupakan pusat pertumbuhan industri fashion di Aceh, dengan banyaknya toko busana, tailor, dan toko-toko lain yang berhubungan dengan fashion.

Partisipan Penelitian

Partisipan dalam penelitian ini adalah pemilik dan manajer dari berbagai toko busana, tailor, dan toko-toko terkait fashion di Banda Aceh. Pemilihan partisipan dilakukan secara purposive sampling, di mana hanya pelaku usaha yang memenuhi kriteria tertentu yang akan diikutsertakan dalam penelitian ini. Kriteria tersebut mencakup pengalaman minimal tiga tahun dalam industri fashion dan peran aktif dalam pengambilan keputusan strategis di perusahaan mereka.

Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui kuisioner yang didistribusikan kepada partisipan. Kuisioner ini dirancang untuk menggali informasi mengenai penerapan EO dan keunggulan kompetitif di perusahaan mereka. Kuisioner terdiri dari beberapa bagian, yang meliputi:

1. Informasi Demografis: Berisi pertanyaan mengenai latar belakang partisipan dan perusahaan mereka.
2. Dimensi EO: Meliputi pertanyaan mengenai inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko yang diterapkan oleh perusahaan.
3. Keunggulan Kompetitif: Pertanyaan yang menggali aspek-aspek keunggulan kompetitif seperti diferensiasi produk, respon pasar, dan adaptabilitas terhadap perubahan tren fashion.

Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif. Langkah-langkah analisis data meliputi:

1. Reduksi Data: Merangkum dan menyederhanakan data yang telah dikumpulkan dari kuisioner.

2. Penyajian Data: Menyusun data dalam bentuk tabel atau grafik untuk memudahkan pemahaman dan interpretasi.
3. Penarikan Kesimpulan: Mengidentifikasi pola-pola dan hubungan antara EO dan keunggulan kompetitif berdasarkan data yang telah dianalisis.

Validitas dan Reliabilitas

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas data, peneliti akan melakukan triangulasi dengan cara membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber dan metode. Selain itu, uji keandalan akan dilakukan dengan cara mengulangi beberapa kali proses pengumpulan data pada sebagian kecil sampel untuk memastikan konsistensi hasil.

Etika Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dengan mematuhi prinsip-prinsip etika penelitian. Partisipan akan diberi informasi lengkap mengenai tujuan penelitian dan prosedur yang akan dilakukan. Persetujuan partisipan akan diperoleh sebelum pengumpulan data, dan kerahasiaan informasi yang diberikan oleh partisipan akan dijaga dengan baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 50 partisipan yang terdiri dari pemilik dan manajer toko busana, tailor, dan toko-toko lain yang berhubungan dengan fashion di Kota Banda Aceh. Data dikumpulkan melalui kuisioner yang dirancang untuk mengeksplorasi penerapan *Entrepreneurial Orientation* (EO) dan dampaknya terhadap keunggulan kompetitif. Hasil penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Hasil Penelitian Penerapan *Entrepreneurial Orientation* (EO) dan Dampaknya

Indikator	Aspek Penting	Hasil Responden
Dimensi EO	Inovasi	Tinggi (70%)
	Proaktif	Sedang (65%)
	Pengambilan Resiko	Sedang (60%)
Keunggulan Kompetitif	Diferensiasi Produk	Sedang
	Respon Pasar	Sedang
	Adaptabilitas	Sedang

Sumber: Hasil Penelitian 2024

Sebagian besar partisipan (70%) menyatakan bahwa inovasi merupakan bagian integral dari strategi bisnis mereka. Mereka secara rutin mengembangkan desain baru, menggunakan bahan baku yang unik, dan memperkenalkan teknologi terbaru dalam produksi dan pemasaran produk fashion. Sebanyak 65% partisipan menunjukkan sikap proaktif dalam merespon tren fashion terbaru dan perubahan permintaan konsumen. Mereka aktif dalam memantau pasar, mengikuti pameran fashion, dan melakukan promosi melalui media sosial. Sekitar 60% partisipan mengaku sering mengambil risiko dalam pengambilan keputusan bisnis, seperti investasi dalam koleksi baru atau ekspansi pasar. Mereka melihat risiko sebagai peluang untuk meraih keuntungan lebih besar.

Partisipan yang memiliki EO tinggi menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam menciptakan produk yang berbeda dan unik dibandingkan dengan kompetitor. Hal ini tercermin dari tingginya tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas terhadap merek mereka. Pelaku usaha yang proaktif lebih mampu merespons perubahan pasar

dengan cepat, seperti penyesuaian harga, modifikasi produk, dan strategi pemasaran yang fleksibel. Perusahaan yang berorientasi kewirausahaan cenderung lebih adaptif terhadap perubahan tren fashion dan dinamika pasar, yang memungkinkan mereka untuk tetap relevan dan kompetitif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara EO dan keunggulan kompetitif dalam industri fashion di Banda Aceh. Dimensi inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko masing-masing memberikan kontribusi penting dalam membangun keunggulan kompetitif.

Inovasi sebagai Pendorong Utama Keunggulan Kompetitif

Inovasi memainkan peran sentral dalam diferensiasi produk, yang merupakan kunci untuk menarik perhatian konsumen di pasar yang sangat kompetitif. Pelaku usaha yang mampu terus-menerus berinovasi cenderung memiliki produk yang lebih menarik dan diminati oleh konsumen. Hal ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa inovasi adalah salah satu elemen utama dalam EO yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Proaktif dalam Merespon Pasar dan Peluang

Sikap proaktif memungkinkan pelaku usaha untuk merespons perubahan pasar dan tren fashion dengan cepat. Dalam konteks industri fashion yang cepat berubah, kemampuan untuk merespons dengan cepat dan tepat adalah keunggulan yang signifikan. Pelaku usaha yang proaktif tidak hanya mengikuti tren tetapi juga menciptakan tren baru, sehingga dapat menjaga relevansi dan daya saing mereka (Nursanti et al., 2024).

Pengambilan Risiko sebagai Strategi untuk Pertumbuhan

Pengambilan risiko yang terukur memungkinkan pelaku usaha untuk mengeksplorasi peluang-peluang baru yang dapat membawa keuntungan kompetitif. Meskipun risiko dapat membawa ketidakpastian, namun dalam banyak kasus, risiko juga dapat membawa imbal hasil yang tinggi jika dikelola dengan baik. Ini mencerminkan pentingnya keberanian dalam mengambil keputusan strategis untuk pertumbuhan bisnis (Arif & Anggraeni, 2023).

Implikasi Praktis

Temuan ini memberikan wawasan praktis bagi pelaku industri fashion di Banda Aceh untuk meningkatkan daya saing mereka melalui penerapan EO. Dengan memperkuat dimensi inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko, pelaku usaha dapat lebih siap menghadapi tantangan dan manfaatkan peluang di pasar fashion yang dinamis. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat digunakan oleh pembuat kebijakan untuk merumuskan strategi yang mendukung pengembangan industri fashion lokal, seperti penyediaan pelatihan kewirausahaan dan akses ke sumber daya untuk inovasi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan pentingnya EO dalam membangun keunggulan kompetitif dalam industri fashion di era digital. Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip EO, pelaku usaha di Banda Aceh dapat mencapai kesuksesan yang berkelanjutan dalam industri yang sangat kompetitif ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis kualitatif deskriptif terhadap data yang dikumpulkan melalui kuisioner, dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara EO dan keunggulan kompetitif dalam industri fashion di Banda Aceh. Pelaku usaha yang memiliki tingkat EO yang tinggi, khususnya dalam dimensi inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko, cenderung memiliki keunggulan kompetitif yang lebih kuat.
2. Inovasi merupakan dimensi EO yang paling dominan dalam mempengaruhi keunggulan kompetitif. Pelaku usaha yang mampu berinovasi secara terus-menerus cenderung memiliki produk yang lebih unggul dan menarik bagi konsumen.
3. Sikap proaktif dalam merespons tren pasar dan kebutuhan konsumen, serta kemampuan adaptabilitas yang tinggi, membantu pelaku usaha untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar yang dinamis.
4. Pengambilan risiko yang terukur memungkinkan pelaku usaha untuk mengeksplorasi peluang baru dan mencapai pertumbuhan bisnis yang lebih signifikan, meskipun membawa ketidakpastian.

Saran

Berdasarkan simpulan di atas, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pelaku industri fashion di Banda Aceh harus terus mendorong inovasi dalam produk dan proses bisnis mereka. Investasi dalam penelitian dan pengembangan, serta pemanfaatan teknologi baru, dapat membantu menciptakan produk yang lebih unggul dan menarik bagi konsumen.
2. Pelaku usaha perlu lebih proaktif dalam merespons perubahan pasar dan tren fashion. Mengikuti pameran fashion, aktif dalam media sosial, dan membangun jaringan dengan desainer dan pelaku industri lain dapat membantu meningkatkan visibilitas dan relevansi bisnis.
3. Pengambilan risiko harus dikelola dengan baik. Pelaku usaha harus melakukan analisis risiko yang cermat sebelum mengambil keputusan strategis yang berisiko. Ini dapat mencakup diversifikasi produk, pengujian pasar, dan mitigasi risiko keuangan.
4. Disarankan bagi lembaga pendidikan dan pemerintah daerah untuk menyediakan program pelatihan dan pengembangan yang berfokus pada EO dan inovasi bagi pelaku industri fashion. Ini dapat membantu meningkatkan keterampilan dan kapasitas pelaku usaha untuk bersaing di pasar global.
5. Pelaku industri fashion di Banda Aceh dapat mempertimbangkan untuk menjalin kolaborasi dan sinergi dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta. Kerjasama ini dapat menciptakan ekosistem yang mendukung inovasi dan pertumbuhan bisnis.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Syiah Kuala atas pendanaan yang mereka berikan melalui Hibah Penelitian dan Pengabdian Masyarakat serta Hibah Inovasi pada tahun 2024. Dukungan ini sangat berperan penting dalam pelaksanaan

penelitian kami mengenai hubungan antara *Entrepreneurial Orientation* dan keunggulan kompetitif dalam konteks industri fashion. Terima kasih khusus juga kami sampaikan kepada tim lapangan dan survei dari Pusat Riset Konservasi Gajah dan Biodiversitas Hutan (PKGB) Universitas Syiah Kuala. Dedikasi dan bantuan mereka dalam pengumpulan data telah berkontribusi signifikan terhadap keberhasilan studi ini. Kami menghargai dukungan dan sumber daya yang tak ternilai yang diberikan oleh LPPM dan PKGB, yang telah memungkinkan kami untuk memajukan pengetahuan dan pemahaman dalam bidang penelitian kami.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, M. E., & Anggraeni, R. (2023). *Strategi Bisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Ashari, Y., Winarto, I. N., & Nurkhayati, I. (2022). Influence of market orientation, product innovation and digital marketing on marketing performance in fashion MSMEs in Central Java Province. *JOBS (Jurnal Of Business Studies)*, 8(1).
- Fikri, Z., Utami, R. H., & Violinda, Q. (2023). Analisis Hubungan Antara Digital Entrepreneurship, Marketing Mix Dan TAM, Terhadap Kinerja Pemasaran Bumdes Nerang Jaya. *MANABIS: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 146–160.
- Juliani, J., & Nuvriasari, A. (2024). The Role of Digital Marketing, Customer Orientation, and Entrepreneurial Orientation on the Marketing Performance of Muslim Fashion SMEs in Yogyakarta. *Formosa Journal of Science and Technology*, 3(6), 1009–1026.
- Novrian, R., & Kesuma, T. M. (2024). The Influence of Digital Influencer and Product Innovation on MSME Performance in Banda Aceh City by Brand Endorsement as a Mediator. *Valley International Journal Digital Library*, 6736–6743.
- Nursanti, T. D., Haitamy, A. G., DN, D. A., Masdiantini, P. R., Waty, E., Boari, Y., & Judijanto, L. (2024). *ENTREPRENEURSHIP: Strategi Dan Panduan Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Yang Efektif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rahmawati, S., Madjid, I., Khoiry, M. A. Bin, Arafat, M. F., Salsa, N., Hutahean, D. P. S., Istara, I., Tarissa, L. D., Nasir, A. H. M., & Akhi, M. (2023). Enhancing student competencies through entrepreneurship and cultural collaboration: A community engagement approach. *Journal of Community Service and Empowerment*, 4(3), 652–663.
- Rosyadi, P. A., Komariah, K., & Saori, S. (2024). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Fashion Di Kecamatan Cisaat Kabupaten Sukabumi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 231–237.
- Sugiarto, I., Napu, F., Rukmana, A. Y., & Hastuti, P. (2023). Kesuksesan Wirausaha di Era Digital dari Perspektif Orientasi Kewirausahaan (Study Literature). *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(02), 81–96.
- Wahyudono, D. B. K. (2023). Business Strategy Optimization: The Role Of Entrepreneurial Orientation On Business Performance. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(3), 1127–1136.