

**ANALISIS TERHADAP PERSAINGAN, LATAR
BELAKANG PENDIDIKAN DAN TINGKAT INOVASI
WIRAUSAHA WANITA DI INDONESIA
(STUDI PADA INDUSTRI MAKANAN DAN
MINUMAN)**

TESIS



Oleh:

**Karina
2016811009**

**Pembimbing 1:
Sandra Sunanto, Ph.D.**

**Pembimbing 2:
Agus Gunawan, Ph.D.**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
JANUARI 2018**

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS TERHADAP PERSAINGAN, LATAR BELAKANG
PENDIDIKAN DAN TINGKAT INOVASI WIRUSAHA WANITA DI
INDONESIA
(STUDI PADA INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN)**



Oleh:

Karina

2016811009

Disetujui Untuk Diajukan Ujian Sidang pada Hari/Tanggal:

Jumat, 12 Januari 2018

Pembimbing 1:



Sandra Sunanto, Ph.D.

Pembimbing 2:



Agus Gunawan, Ph.D.

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
JANUARI 2018**

Pernyataan

Yang bertandatangan di bawah ini, saya dengan data diri sebagai berikut:

Nama : Karina
Nomor Pokok Mahasiswa : 2016811009
Program Studi : Magister Manajemen
Program Pascasarjana
Universitas Katolik Parahyangan

Menyatakan bahwa Tesis / ~~Disertasi~~ *) dengan judul:

**ANALISIS TERHADAP PERSAINGAN, LATAR BELAKANG PENDIDIKAN
DAN TINGKAT INOVASI WIRAUSAHA WANITA DI INDONESIA (STUDI
PADA INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN)**

adalah benar-benar karya saya sendiri di bawah bimbingan Pembimbing, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya seni saya, atau jika ada tuntutan formal atau non formal dari pihak lain berkaitan dengan keaslian karya saya ini, saya siap menanggung segala resiko, akibat, dan/atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya, termasuk pembatalan gelar akademik yang saya peroleh dari Universitas Katolik Parahyangan.

Dinyatakan : di Bandung

Tanggal : 3 Januari 2018



Karina

**ANALISIS TERHADAP PERSAINGAN, LATAR BELAKANG
PENDIDIKAN DAN TINGKAT INOVASI WIRAUSAHA
WANITA DI INDONESIA
(STUDI PADA INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN)**

**Karina (NPM: 2016811009) Pembimbing 1: Sandra Sunanto, Ph.D
Pembimbing 2: Agus Gunawan, Ph.D, Magister Manajemen
Bandung
Januari 2018**

ABSTRAK

Sejak beberapa waktu belakangan, di Indonesia, wanita tidak hanya berperan dalam rumah tangga tetapi juga di luar rumah sebagai pencari nafkah dan terlibat dalam kegiatan sosial. Banyak wanita yang memilih untuk menjadi seorang wirausaha. Wirausaha wanita memberikan kontribusi penting bagi perkembangan ekonomi suatu negara. Mayoritas wirausaha wanita memilih untuk mendirikan usahanya dalam sektor *consumer oriented*. Unikny, mayoritas wirausaha wanita Indonesia memiliki ketertarikan untuk menjalankan bisnis sejenis, walaupun tingkat persaingannya sangat tinggi. Tingginya tingkat persaingan ini dapat menjadi pendorong produktivitas dengan meningkatkan inovasi. Tetapi, kondisi ini tidak berlaku di Indonesia. Terdapat faktor lain yang menyebabkan dilakukannya inovasi oleh wirausaha, yaitu pendidikan. Latar belakang pendidikan mempengaruhi terjadinya inovasi, khususnya karena pengalaman wirausaha berinteraksi dengan dunia bisnis. Wirausaha wanita yang memiliki latar belakang pendidikan tinggi, cenderung berinovasi lebih banyak dibandingkan dengan wirausaha wanita yang memiliki latar belakang pendidikan yang rendah. Di Indonesia, kerjasama antar lembaga pendidikan dan bisnis, dikenal dengan istilah *University-Business Cooperation*.

Kata Kunci: Wirausaha wanita, *Consumer-oriented Industry*, Pesaingan, Pendidikan, Inovasi

**ANALYSIS OF COMPETITION, EDUCATIONAL
BACKGROUND AND INNOVATION LEVEL OF WOMEN'S
ENTREPRENEURS IN INDONESIA
(STUDY ON FOOD AND BEVERAGE INDUSTRY)**

**Karina (NPM: 2016811009) Advisor 1: Sandra Sunanto, Ph.D Advisor 2:
Agus Gunawan, Ph.D, Master of Management
Bandung
January 2018**

ABSTRACT

In recent times, in Indonesia, women have not only played a role in the household but also outdoors as breadwinners and engaged in social activities. Many women choose to become entrepreneurs. Women entrepreneurs make an important contribution to the economic development of a country. Majority of women entrepreneurs choose to establish their business in the consumer oriented sector. Uniquely, the majority of Indonesian women entrepreneurs have an interest to run a similar business, although the level of competition is very high. This high level of competition can be a driving force for productivity by increasing innovation. However, this condition does not apply in Indonesia. There are other factors that cause innovation by entrepreneurs, namely education. Educational background affects the occurrence of innovation, especially as the entrepreneurial experience interacts with the business world. Women entrepreneurs who have a higher education background, tend to innovate more than women entrepreneurs who have low educational background. In Indonesia, cooperation between educational and business institutions, known as University-Business Cooperation.

Keywords: Female entrepreneur, Consumer-oriented Industry, Competition, Education, Innovation

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus yang telah mencurahkan berkat dan rahmat-Nya serta membimbing penulis dalam mengerjakan dan menyelesaikan tesis yang berjudul **“ANALISIS TERHADAP PERSAINGAN, LATAR BELAKANG PENDIDIKAN DAN TINGKAT INOVASI WIRAUUSAHA WANITA DI INDONESIA (STUDI PADA INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN)”**.

Di dalam proses penyusunan karya tulis ini, penulis menghadapi beberapa hambatan seperti, sulitnya untuk menentukan jadwal penelitian, mencari buku pegangan sebagai sumber referensi, memperoleh data dari responden, dan lain-lain.

Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada mereka yang telah berperan serta dalam membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini, yaitu:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang telah memberikan berkat dan bimbingan-Nya kepada penulis untuk menyelesaikan proses pembuatan tesis ini.
2. Sandra Sunanto, Ph.D, selaku Kepala Program Studi Magister Manajemen Unpar, sekaligus sebagai pembimbing 1, yang telah memberikan ilmu serta membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
3. Agus Gunawan, Ph.D, selaku Sekertaris Program Studi Magister Manajemen Unpar, sekaligus sebagai pembimbing 2, yang telah memberikan ilmu, pengalamannya serta membantu penulis dalam menyelesaikan karya tulis ini.
4. Dr. Laura Lahindah dan Dr. Istiharini, sebagai pembahas, yang telah memberikan input dan saran dalam proses penyusunan tesis ini.
5. Kedua orang tua dan keluarga, yang selalu mendukung, memberikan pendapat dan membantu penulis dalam proses penyusunan tesis ini.
6. Respoden wawancara wirausaha wanita, pelanggan usaha dan staf ahli Kemenperin yang tidak dapat disebutkan satu persatu, atas bantuannya untuk menyusun tesis ini.

7. Teman- teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, selaku penyemangat dan pendukung penulis dalam pembuatan tesis ini.
8. Pihak-pihak lain, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis mohon maaf, apabila ada kata-kata yang tidak berkenan di dalam tesis ini, ataupun adanya pihak yang merasa dirugikan baik secara langsung ataupun tidak langsung.

Seperti peribahasa “*tak ada gading yang tak retak*”, tentu saja tesis ini jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik dari pembaca, agar dapat menjadi bekal penulis di masa mendatang.

Akhir kata, penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi setiap orang yang membacanya.

Bandung, Januari 2018

Penulis

Karina

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Kerangka Pemikiran	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Wirausaha Wanita	9
2.2 Consumer Oriented Sector	11
2.2.1 Tahapan untuk Mendirikan Organisasi berorientasi Konsumen	11
2.3 Tingkat Persaingan	14
2.4 Pendidikan	16
2.4.1 Pendidikan Formal	18
2.4.2 Pendidikan Non-Formal	18
2.4.3 Pendidikan Informal	19
2.5 Inovasi	19
2.5.1 Tipe Inovasi	20
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	23
3.1 Metode Penelitian	23

3.2	Data	25
3.2.1	Data Primer	25
3.2.2	Data Sekunder	25
3.3	Teknik Pengumpulan Data	28
3.4	Teknik Analisa Data	29
3.5	Uji Validitas	32
3.6	Operasionalisasi Variabel	33
3.7	Populasi, Sampel dan Responden Penelitian	35
BAB 4 HASIL PENELITIAN		37
4.1	Persaingan dan Inovasi Wirausaha Wanita Indonesia	41
4.2	Pendidikan dan Inovasi Wirausaha Wanita Indonesia	48
4.3	Persaingan, Pendidikan dan Inovasi Wirausaha Wanita di Indonesia	59
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		61
5.1	Kesimpulan	61
5.2	Saran	63
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN		71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran	8
Gambar 2. <i>GEM Conceptual Model</i>	27
Gambar 3. <i>Five-Phased Cycle on Analyzing Qualitative Data</i>	30
Gambar 4. Alasan Menjadi Wirausaha berdasarkan Wilayah Indonesia	38
Gambar 5. Alasan Menjadi Wirausaha berdasarkan Kelompok Usia (<i>Early</i>)	40
Gambar 6. Alasan Menjadi Wirausaha berdasarkan Kelompok Usia (<i>Established</i>)	40
Gambar 7. Pesaingan Wirausaha Wanita berdasarkan Wilayah Indonesia	42
Gambar 8. Pesaingan Wirausaha Wanita berdasarkan Pengelompokan Usia	42
Gambar 9. Inovasi Wirausaha Wanita Indonesia	46
Gambar 10. Pesaingan dan Inovasi Wirausaha Wanita Indonesia	47
Gambar 11. Latar Belakang Pendidikan Wirausaha Wanita berdasarkan Wilayah Indonesia	49
Gambar 12. Latar Belakang Pendidikan Wirausaha Wanita berdasarkan Kelompok Usia	50
Gambar 13. Inovasi Wirausaha Wanita - <i>Early Entrepreneurs</i>	52
Gambar 14. Inovasi Wirausaha Wanita - <i>Established Entrepreneurs</i>	53
Gambar 15. Pesaingan, Pendidikan dan Inovasi Wirausaha Wanita - <i>Early Entrepreneurs</i>	59
Gambar 16. Pesaingan, Pendidikan dan Inovasi Wirausaha Wanita - <i>Established Entrepreneurs</i>	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu (Karakteristik Wirausaha Wanita)	10
Tabel 2. Penelitian Terdahulu (<i>Consumer-oriented Industry</i>)	13
Tabel 3. Penelitian Terdahulu (Tingkat Pesaingan)	15
Tabel 4. Penelitian Terdahulu (Pendidikan)	17
Tabel 5. Tahapan Penelitian	24
Tabel 6. Operasionalisasi Variabel	33
Tabel 7. Program UBC di Amerika Serikat	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Wawancara Responden Wirausaha Wanita Indonesia

Lampiran 2. Hasil Wawancara Responden Pelanggan Usaha

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Peran wirausaha memiliki dampak yang cukup besar, antara lain dipercaya dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi, sosial dan bisnis, menentukan kesuksesan suatu usaha, meningkatkan kemandirian bangsa, komponen penting dalam mempercepat pembangunan daerah, dan melambungkan inovasi dan ekonomi yang dinamis (Chairy, 2008; Orhan dan Scott, 2011). Luasnya peran wirausaha dalam kehidupan, membuat wanita mulai tertarik untuk menjadi seorang wirausaha.

Sejak beberapa waktu belakangan, di Indonesia, wanita tidak hanya berperan dalam rumah tangga tetapi juga di luar rumah sebagai pencari nafkah dan terlibat dalam kegiatan sosial. Hal ini sering disebut dengan *triple role*. Ketiga peran ini menunjukkan ikatan yang sangat kuat antara perempuan dengan rumah, pekerjaan domestik dan tuntutan ideologis perempuan yang memiliki peran reproduktif. Dengan demikian keputusan perempuan untuk bekerja pada dasarnya sangat dipengaruhi oleh kegiatan domestik, termasuk disini adalah keadaan keluarga. Terlepas dari kontribusi wirausaha perempuan terhadap pembangunan ekonomi, kebebasan mereka untuk memimpin dan membuat keputusan bisnis terhambat oleh antara lain, budaya, status keuangan dan pendidikan.

Kebutuhan finansial yang berhubungan dengan perekonomian rumah tangga merupakan alasan utama bagi mereka ikut bekerja mencari nafkah terutama bagi perempuan di negara sedang berkembang seperti di Indonesia. Meskipun begitu,

dengan segala keterbatasan yang ada saat ini mulai banyak bermunculan wirausaha perempuan yang meraih kesuksesan dalam menjalankan usahanya. Hal ini cukup menarik untuk dikaji karena dengan multiperan yang melekat pada perempuan, mereka mampu mengelola dan menjalankan roda bisnis hingga dapat meraih kesuksesan. Belum lagi dengan adanya potensi konflik saat melakukan peran mengurus keluarga dan pekerjaan dimana keduanya merupakan *trade-off*.

Wirausaha wanita memberikan kontribusi penting bagi perkembangan ekonomi suatu negara (Allen, Langowitz, Elam, & Dean, 2007). Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Indonesia menyatakan bahwa 60 persen bisnis UKM dimiliki oleh wanita. Asia Foundation (2013) juga mengatakan bahwa tingkat pertumbuhan wirausaha wanita di Indonesia meningkat delapan persen setiap tahunnya.

Meningkatnya jumlah wirausaha wanita, memberikan dampak positif bagi Indonesia, seperti menciptakan lapangan kerja hingga mengatasi masalah kemiskinan (Anggadwita, Luturlean, Ramadani, & Ratten, 2017). Sutantyo (2016) menyatakan bahwa merupakan hal yang penting untuk mengembangkan wirausaha wanita, karena dengan mengembangkan potensi ekonomi wirausaha wanita di Indonesia tidak hanya menyelesaikan masalah kesetaraan dan keadilan sosial, namun juga merupakan langkah cerdas yang dapat meminimalkan biaya sosial dan ekonomi yang tinggi dalam jangka panjang.

Besarnya kontribusi perempuan dapat dilihat dari laporan *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) yang menyebutkan pada tahun 2010 sebanyak 104 juta perempuan dari 59 negara memulai dan mengelola usaha. Sebanyak 187

juta perempuan berkontribusi dalam kewirausahaan dan kepemilikan bisnis di seluruh dunia.

Global Entrepreneur Monitoring (GEM) mengkategorikan wirausaha wanita menjadi wirausaha awal (*early*) dan mapan (*established*). Perbedaan antara keduanya terletak pada lamanya mereka terlibat dalam memiliki dan mengelola bisnis. Wirausaha awal (*early entrepreneurs*) adalah mereka yang terlibat dalam bisnis kurang dari 42 bulan, bertentangan dengan wirausaha mapan (*established entrepreneurs*) yang telah terlibat dalam bisnis selama lebih dari 42 bulan (Allen, Langowitz, Elam, & Dean, 2007).

Wirausaha Wanita di Indonesia, baik yang tergolong sebagai wirausaha awal ataupun mapan, mendirikan bisnisnya kedalam empat sektor usaha, yaitu sektor ekstraktif (3%), layanan bisnis (3%), usaha berorientasi konsumen (83%) dan transformasi (11%). Mayoritas wirausaha wanita memilih untuk mendirikan usahanya dalam sektor *consumer oriented*. *Consumer Oriented* berarti berkaitan dengan kebutuhan dan kepentingan konsumen individual, bukan bisnis (Cambridge Dictionary, 2017). Wirausaha wanita yang fokus pada sektor usaha ini akan memperhatikan keunikan produk mereka, agar memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumennya. Alasannya adalah adanya perbedaan individu yang akan menyebabkan kecenderungan umum untuk mencari produk konsumen yang unik (Lynn & Harris, 1997). Keragaman penduduk di Indonesia, menjadi hal yang perlu di perhatikan, sebab dengan adanya keberagaman tersebut, menjadi hal yang penting bagi wirausaha wanita di Indonesia untuk memperhatikan keunikan produk yang di tawarkannya (Supriharti & Utami, 2015). Misalnya ialah perbedaan selera, gaya hidup bahkan budaya, akan mencerminkan preferensi yang berbeda dari setiap

individu masyarakat di Indonesia. Salah satu industri yang berada di sektor ini adalah industri makanan dan minuman (Committee for Economic Development of the Conference Board, 2017). Data Badan Pusat Statistik (BPS), menunjukkan bahwa jumlah perusahaan yang bergerak di industri makanan dan minuman meningkat cukup pesat pada tahun 2013 yaitu sekitar 3,3 persen dibanding tahun 2012 yang hanya meningkat sebesar 0,42 persen.

Uniknya, mayoritas wirausaha wanita Indonesia memiliki ketertarikan untuk menjalankan bisnis sejenis, walaupun tingkat persaingannya sangat tinggi. Tingginya tingkat persaingan ini dapat menjadi pendorong produktivitas dengan meningkatkan inovasi yang mengarah pada pengembangan produk atau proses baru (Gomellini, 2013). Karena adanya persaingan, perusahaan membutuhkan sesuatu yang berbeda untuk bertahan hidup (Owens & Davies, 2000).

Fenomena ini dapat menjadi rujukan bagi pembuat kebijakan dalam meningkatkan jumlah dan kualitas wirausaha wanita. Penelitian ini akan berfokus untuk menjelaskan tentang wirausaha wanita yang menjalankan bisnis mereka di sektor makanan dan minuman. Jadi, dalam pembahasan selanjutnya wirausaha wanita merujuk pada mereka.

Persaingan, ditambah dengan laju perubahan teknologi yang pesat, telah membuat kecepatan untuk memasarkan kompetensi penting untuk mencapai inovasi yang sukses (Cengiz, Ayyildiz, & Kirkbir, 2005). Jumlah aplikasi media sosial seperti whatsapp, instagram atau line, dan layanan transportasi online seperti Go-Jek atau Grab bike sampai JNE dan TIKI, memudahkan proses penjualan di Indonesia. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia

menyatakan bahwa penjualan makanan dan minuman secara online menyumbang 9,2 persen dari total transaksi penjualan online di tahun 2016.

Bertolak belakang dengan pernyataan sebelumnya, Aghion, et.al (2014) mengatakan bahwa persaingan yang lebih tinggi mungkin memiliki efek “mengecilkan hati” terhadap inovasi yang mengarah pada pengembangan produk baru.

Salah satu faktor lain yang menyebabkan wirausaha wanita tidak melakukan inovasi adalah pendidikan yang dimiliki oleh wirausaha wanita. GEM report menunjukkan bahwa mayoritas wirausaha wanita memiliki latar belakang pendidikan yang rendah, termasuk wirausaha wanita di Indonesia. Sedangkan menurut Villalba (2007), pendidikan merupakan prasyarat untuk inovasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini akan berfokus pada analisis terhadap latar belakang pendidikan, persaingan dan inovasi wirausaha wanita di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, berikut ini akan dibatasi dan dirumuskan permasalahan yang akan ditelaah, diuji dan dijawab yaitu sebagai berikut.

1. Bagaimana dampak tingkat persaingan terhadap inovasi yang dilakukan oleh wirausaha wanita di Indonesia?
2. Bagaimana dampak pendidikan terhadap inovasi yang dilakukan oleh wirausaha wanita di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah diatas, berikut ini akan dijabarkan dan diperinci garis-garis besar, hasil pokok yang ingin dicapai atau diperoleh setelah permasalahan diuji, diselidiki dan dijawab dalam penelitian yang terkategori sebagai capaian penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan bahwa tingkat persaingan akan mempengaruhi wirausaha wanita di Indonesia untuk melakukan inovasi.
2. Mendeskripsikan dan mengeksplanasikan bahwa pendidikan akan mempengaruhi inovasi yang dilakukan oleh wirausaha wanita di Indonesia

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembuat kebijakan di Indonesia dalam mempertimbangkan hal-hal yang perlu diperhatikan dalam membuat, menentukan dan menerapkan kebijakan yang sesuai bagi wirausaha wanita di Indonesia, khususnya untuk meningkatkan tingkat inovasi dalam menjalankan usaha mereka.

1.5 Kerangka Pemikiran

Perusahaan yang berorientasi konsumen menggunakan fokus yang berpikiran tunggal untuk memastikan inovasi yang berpusat pada konsumen (Mukerjee, 2013). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa hal terpenting yang harus diperhatikan saat mendirikan bisnis atau usaha dibidang ini adalah mementingkan ketertarikan atau minat konsumen.

Inovasi didefinisikan sebagai penerapan gagasan, perilaku, sistem, kebijakan, program, perangkat, proses, produk atau layanan yang baru bagi organisasi (Mothe & Thi, 2010). Damanpour (2009) mengemukakan bahwa inovasi sering didorong oleh tekanan dari lingkungan eksternal, termasuk faktor-faktor seperti persaingan, deregulasi, isomorfisme, kelangkaan sumber daya, dan permintaan pelanggan, dan hal itu terkait dengan perilaku adaptif yang mengubah organisasi untuk mempertahankan atau memperbaiki kinerjanya. Terdapat beberapa jenis inovasi, yaitu inovasi produk, jasa dan proses.

Pendidikan, baik formal ataupun non-formal akan mempengaruhi seseorang untuk melakukan inovasi. Terdapat konsensus umum yang menyatakan bahwa pendidikan merupakan prasyarat untuk melakukan inovasi (Villalba, 2007). Inovasi juga akan dilakukan oleh wirausaha, jika mereka merasa bersaing dengan kompetitornya (Akhmedjonov, 2010). Persaingan juga dipercaya akan membuat perusahaan berinvestasi dalam inovasi. Disisi lain, tingkat persaingan yang tinggi, juga dapat menghambat pengembangan produk baru dalam bisnis (Monsef & Ismail, 2012).

Gambar 10. Kerangka Pemikiran



Sumber: Hasil Olahan, 2017