

**Pengaruh Persaingan Usaha Terhadap Motivasi Inovasi Usaha Pada Usaha  
Dagang  
(Studi Kasus Toko Tradisional Di Desa Karangpakis Kecamatan Kabuh  
Kabupaten Jombang)**

<sup>1</sup>Octavia Eka Prianti, <sup>2</sup>Dr. Heru Totok Tri Wahono, M.Pd  
email: <sup>1</sup>octavia.ekaprianti@gmail.com

<sup>1,2</sup>Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang

**Abstrak**

Pesaing bisnis saat ini semakin dinamis, kompleks dan tidak pasti sehingga memacu para pengelola perusahaan untuk berfikir secara kreatif, inovatif agar selalu memberikan keunggulan bagi usahayadan dapat bersaing. Sehingga dibutuhkan motivasi berinovasi agar dapat memenuhi hal tersebut. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan ada tidaknya pengaruh pesaing usaha terhadap motivasi berinovasi usaha pada usaha dagang yang ada di desa karangpakis kecamatan kabuh kabupaten jombang. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, populasi adalah toko tradisional yang ada di desa karangpakis dan sampel penelitian sebanyak 30 Toko. Pengumpulan data menggunakan kuisioner dan dokumentasi dengan teknik analisis data menggunakan analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh pesaing usaha terhadap motivasi berinovasi usaha pada usaha dagang took tradisional di desa karangpakis kecamatan kabuh kabupaten jombang, artinya semakin banyak pesaing usaha yang ada maka semakin besar motivasi berinovasi usaha.

**Kata kunci** : Pesaing Usaha dan Motivasi Berinovasi  
**Pendahuluan**

a. Latar Belakang Penelitian

Persaingan bisnis saat ini semakin dinamis, kompleks, dan tidak pasti sehingga memacu para pengelola perusahaan untuk berfikir secara kreatif, inovatif agar selalu memberikan keunggulan bagi usahanya dibandingkan dengan pesaingnya. Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Pada dasarnya setiap perusahaan mempunyai strategi dalam berusaha.

Menurut Kasmir (2011), Pesaing adalah perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan. Menurut Sunyoto (2012) Motivasi adalah suatu

perangsang keinginan daya penggerak kemauan bekerja seseorang. Sedangkan Purnama (2010) mengatakan bahwa motivasi sebagai suatu kerelaan untuk berusaha seoptimal mungkin dalam mencapai tujuan organisasi yang dipengaruhi oleh kemampuan usaha untuk memuaskan beberapa kebutuhan individu. Suryana (2001) inovasi yaitu : “ sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan”. Jadi dapat disimpulkan bahwa inovasi adalah suatu ide baru yang diterapkan agar bertujuan untuk memperbaiki atau mengembangkan suatu usaha. Motivasi inovasi usaha sangatlah penting untuk dilakukan karena semakin ketatnya persaingan antar toko, apalagi dengan munculnya toko modern yang berhasil menarik minat konsumen.

b. Masalah Dan Wawasan Rencana Pemecahan Masalah

Banyaknya usaha dagang toko tradisional yang berdiri di Desa Karangpakis Kecamatan Kabuh Kabupaten Jombang ini menjadikan banyak persaingan antar para pelaku usaha dagang yang ada di Desa Karangpakis ini. Untuk tetap bertahan para pelaku usaha dagang harusnya melakukan motivasi inovasi usaha. Sehingga strategi motivasi inovasi usaha ini dapat dijalankan dengan baik contohnya menata toko mereka dengan rapid an memberikan pelayanan yang ramah agar tidak kalah dengan toko tradisional.

c. Rumusan Tujuan Penelitian

Rumusan penelitian ini adalah:

Apakah Persaingan Usaha berpengaruh positif terhadap Motivasi Inovasi Usaha di Desa Karangpakis dan Desa Kabuh Kecamatan Kabuh Kabupaten Jombang?

Maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

Untuk mengetahui pengaruh positif persaingan usaha terhadap motivasi inovasi usaha dagang di Desa Karangpakis Kecamatan Kabuh Kabupaten Jombang

d. Harapan tentang Manfaat Hasil Penelitian

1. Manfaat Praktis

Dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk mengembangkan pengetahuan pemilik toko tradisional dan menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini dapat melengkapi penelitian yang telah ada, sehingga dapat menjadikan wacana bagi semua pihak. Disamping itu, penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi para pemilik toko tradisional terutama faktor-faktor yang mempengaruhi kemajuan motivasi inovasi usaha untuk toko tradisional.

## Kajian Teori

- a. Persaingan Usaha  
Menurut (Kasmir, 2011) Pesaing adalah perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang dan jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan. Jadi pesaing usaha adalah perusahaan yang menjual barang sejenis dengan perusahaan atau usaha yang kita jalani
- b. Motivasi Inovasi  
Menurut (Baum, 2007) dalam Yunal dan Indriyani (2013) motivasi adalah penggerak pendorong dalam diri yang mengarahkan tindakan seseorang terhadap tujuan tertentu, dan dengan demikian memfokuskan perhatian seseorang dan mendukung tindakan yang diambil. Menurut (Hils, 2008) mendefinisikan inovasi sebagai ide , praktek atau obyek yang dianggap baru oleh seorang individu atau unit pengguna lainnya.

## Metode

Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan metode sebagai berikut :

1. Observasi  
Kegiatan observasi peneliti secara langsung melakukan pengamatan pada responden yaitu pemilik toko tradisional di Desa Karangpakis Kecamatan Kabuh Kabupaten Jombang.
2. Kuisisioner atau angket  
Angket pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan pertanyaan kepada responden yaitu pemilik toko tradisional di Desa Karangpakis untuk memperoleh informasi tentang Motivasi Inovasi yang diterapkan oleh toko tradisional tersebut di Desa Karangpakis. Angket atau kuisisioner ini disebarkan kepada 30 responden. Data dari angket diukur dengan menggunakan skala likert untuk memberi nilai terhadap respon dari para responden.
3. Dokumentasi  
Dalam upaya mengumpulkan data dengan cara dokumentasi toko tradisional serta penyebaran angket pada pemilik toko di Desa Karangpakis Kecamatan Kabuh Kabupaten Jombang.

Dalam penelitian ini karena responden kurang dari 100 orang maka seluruh responden yaitu toko tradisional di Desa Karangpakis Kecamatan Kabuh sebanyak 30 toko tradisional akan diteliti secara keseluruhan tanpa menggunakan sampel.

Pengukuran instrumen peneliti menggunakan skala likert menurut Sugiyono, (2012 : 94) untuk memberi nilai terhadap respon dari para responden dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia. Dengan

keterangan sebagai berikut : 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Setuju, 4 = Sangat Setuju.

Penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer IBM SPSS Statistik, teknik analisis data yang peneliti gunakan adalah:

1. Analisa dengan Uji Regresi Linier Sederhana  
 Pada pengolahan data disesuaikan dengan pendekatan penelitian yaitu menggunakan analisis regresi. Persamaan regresi linier sebagai berikut :  

$$Y = a + b \cdot X + e$$
 Keterangan :  
 a : Bilangan konstanta  
 X : Pesaing Usaha  
 Y : Motivasi Inovasi Usaha  
 B : koefisien regresi  
 e : error
2. Uji Parsial ( Uji t)  
 Uji hipotesis secara parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini dengan membandingkan nilai tingkat signifikan 0,05. Apabila tingkat signifikan kurang dari 0,05 maka hipotesis penelitian diterima tetapi apabila tingkat signifikan di atas 0,05 maka hipotesis penelitian di tolak.
3. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )  
 Analisis determinasi dalam regresi linier digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variable independent secara serentak terhadap variable dependent. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar presentase variasi variable independent yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variabel dependent. Hasil SPSS dapat dilihat pada table bagian model summary.

## Hasil

Hipotesis yang telah diajukan pada bab sebelumnya dapat dibuktikan melalui hasil uji sebagai berikut:

### 1. Uji T

**Tabel Hasil Uji T (Parsial)**

Coefficientsa				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11,628	1,683		6,910	,000
Pesaing Usaha	,734	,055	,930	13,340	,000

a. Dependent Variable: Motivasi Inovasi (Y)

Sumber : lampiran SPSS, 2019

Berdasarkan tabel 4.2 untuk menguji hipotesis, dilakukan dengan uji t yaitu pengaruh pesaing usaha terhadap motivasi inovasi usaha pada usaha dagang ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, karena nilai signifikansi = 0,000 <  $\alpha$  = 0,05 sehingga Hipotesis diterima, yang dinyatakan bahwa secara parsial ada pengaruh pesaing usaha terhadap motivasi inovasi usaha pada usaha dagang.

2. Koefisien Diterminasi ( $R^2$ )

### 3. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,930 <sup>a</sup>	,864	,859	,757	,864	177,957	1	28	,000

a. Predictors: (Constant), Pesaing Usaha

Sumber : Data diolah, 2019

Nilai  $R^2$  sebesar 0,864 artinya motivasi inovasi usaha dalam penelitian ini dipengaruhi oleh pesaing usaha sebesar 86,4%, dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu 100% - 86,4% = 14,6 %, antara lain variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian pesaing usaha dapat meningkatkan motivasi berinovasi usaha pada usaha dagang Desa Karangpakis Kecamatan Kabuh. Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis dengan uji t. semakin banyak pesaing usaha yang berdiri maka akan semakin meningkat motivasi berinovasi usaha para pedagang toko tradisional di Desa Karangpakis Kecamatan Kabuh.

Menurut (Sulistya, 2002) Semakin banyak pesaing langsung bersaing atas pelanggan yang sama persis dengan cara yang pasti sama seperti yang dilakukan perusahaan. Pesaing menjual produk yang sama, yang dibuat dengan teknologi yang sama, kepada pelanggan yang sama melalui saluran yang sama. Jika perusahaan tidak dapat memenangkan pelanggannya dalam melawan pesaing yang identic, maka tidak mungkin perusahaan dapat bersaing dengan baik melawan pesaing langsung.

Narver dan Slater (1990) menyatakan bahwa orientasi pesaing berarti bahwa perusahaan memahami kekuatan jangka pendek, kelemahan, kemampuan jangka panjang dan strategi dari para pesaing potensialnya. Pemahaman ini termasuk apakah pesaing menggunakan teknologi baru guna mempertahankan pelanggan yang ada. Perusahaan yang berorientasi pesaing sering dilihat sebagai perusahaan yang mempunyai strategi dan memahami bagaimana cara memperoleh dan membagikan informasi mengenai pesaing, bagaimana merespon tindakan pesaing dan juga bagaimana manajemen puncak menanggapi strategi pesaing (Jaworski dan Kohli, 1993).

Menurut (Stoner, dkk, 1995) motivasi adalah suatu yang mendorong seseorang untuk menunjukkan perilaku tertentu. Perilaku yang diharapkan untuk ditunjukkan oleh tenaga kerja di perusahaan tentunya perilaku yang akan menghasilkan kinerja yang terbaik bagi perusahaan. Motivasi yaitu yang terkait dengan keinginan untuk melakukan pekerjaan.

Thompson (2005) dalam Dewi (2003) mendefinisikan inovasi sebagai pembangkit, penerimaan dan penerapan ide baru, proses, produk atau jasa. Menurut (Hils, 2008) mendefinisikan inovasi sebagai ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh seorang individu atau unit pengguna lainnya. Jadi berinovasi usaha yaitu proses untuk menerapkan kreatifitas/ menciptakan hal baru dalam rangka memecahkan persoalan serta upaya melakukan perbaikan.

Hasil penelitian kami yang berjudul pengaruh pesaing usaha terhadap motivasi berinovasi usaha pada usaha dagang. Dapat mempererat apa yang dilakukan oleh pemilik toko sederhana di Kabuh, pemilik toko tradisional ingin toko mereka menjadi lebih maju dan salah satu caranya yaitu dengan melakukan inovasi, seperti yang di jelaskan Thomson, ia menjelaskan inovasi sebagai pembangkit ide baru yang berdampak baik pada toko tradisional.

Hasil analisis data yang dilakukan peneliti dari jawaban angket oleh responden yakni pemilik toko tradisional mengenai pesaing usaha dengan indikator kelengkapan produk, harga yang ditawarkan, mengenal pesaing. Serta tiga indikator dari motivasi berinovasi usaha yaitu kemampuan usaha, laba, pelayanan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa pesaing usaha berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi berinovasi usaha. Sehingga dapat diketahui bahwa hipotesis yang diduga yakni “asanya pengaruh signifikan pesaing usaha terhadap motivasi berinovasi usaha”. Telah terbukti kebenarannya. Dengan demikian dikatakan bahwa terdapat persamaan antara hipotesis dengan hasil penelitian yang sebenarnya. Jadi penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pesaing usaha berpengaruh terhadap motivasi berinovasi usaha pada usaha dagang (studi kasus toko tradisional Desa Karangpakis Kecamatan Kabuh Kabupaten Jombang).

## **Penutup**

### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan kajian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial persaingan usaha

berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap motivasi inovasi usaha pada usaha dagang pada studi kasus toko tradisional di Desa Karangpakis Kecamatan Kabuh Kabupaten Jombang.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dapat ditarik beberapa saran yang dapat di pertimbangkan oleh pemilik toko tradisional di Desa Karangpakis dalam meningkatkan motivasi inovasi usaha, yaitu:

1. Pemilik toko tradisional di Kabuh sebaiknya tetap melakukan inovasi di toko mereka seperti menata toko agar lebih rapi, memberikan pelayanan yang ramah.
2. Pemilik toko tradisional di Kabuh sebaiknya memperhatikan penetapan harga mulai dari keterjangkauan, kesesuaian harga dengan kualitas produk dan manfaat agar tetap mendapat konsumen yang lebih banyak.
3. Pemilik toko juga harus mengikuti perkembangan jaman, seperti menawarkan produk yang mereka jual lewat media sosial.

## **Daftar Rujukan**

- Adelia. (2016) : Pengaruh pesaing usaha terhadap motivasi berinovasi usaha pada usaha dagang ( study kasus ritel tradisiobal dan ritel modern). STKIP PGRI Jombang.
- Arikunto. (2013). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta, Indonesia: PT. Rineka Cipta
- Aulia, Dewi, dan Andri Ikwana.: perencanaan strategi pengembangan usaha kain tenun sutra dengan pendekatan metode balanced scorecard (studi kasus pabrik sutra tiga putra).”*Jurnal Kalibrasi* 10.1(2013).  
<http://jurnal.sttgarut.ac.id/index.php/kalibrasi/article/viewFile/46/41>  
 (diakses pada tanggal 20 september 2018 pukul 13.00)
- Bungin (2010) *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta
- Dewi, S.T. 2006. Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. *Tesis Undip*. Semarang.  
[http://eprints.undip.ac.id/15810/1/Sensi\\_Tribuana\\_Dewi.pdf](http://eprints.undip.ac.id/15810/1/Sensi_Tribuana_Dewi.pdf).
- Giska Ova Gradistya1, Naili Farida. 2014. Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Sebagai Variabel Intervening (Studi pada UMKM Batik di Jawa Tengah). Universitas Diponegoro.
- Ginting, 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung ; CV Yrama Widya
- Hasibuan, M.S. (1994).*Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi kedua, Yogyakarta
- Hasibuan, Malaya SP. (2003) *Organisasi dan Motivasi, Dasar Peningkatan Produktivitas*. Jakarta Bumi Aksara
- Imanda, Ramadhani. “ Motivasi Pengusaha dalam pengembangan inovasi produk ( penelitian deskriptif terhadap pengusaha garmen muslim di Gresik).”*Jurnal ekonomi syariah teori dan terapan* 2.5(2015).  
<http://ejournal.unair.ac.id/index.php/JESTT/article/viewFile/582/385>  
 (diakses pada tanggal 2 Oktober 2018 pukul 09.00)
- Kasmir. (2011). *Kewirausahaan edisi revisi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kasmir. (2011). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Maslow, (2002) Konsep Hierarki Kebutuhan Manusia. Dalam *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Universitas 17 Agustus Surabaya, Vol 10, No 2 September 2008.
- Oblivia, (2013) “Analisa Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Inovasi Produk Terhadap Pertumbuhan Usaha Kerajinan Gerabah di Lombok Barat.”  
<https://media.neliti.com/media/publications/35923-ID-analisa-pengaruh-motivasi-berwirausaha-dan-inovasi-produk-terhadap-pertumbuhan-u.pdf>
- Purnama, Chamdan dan Suyanto.2010 Motivasi dan Kemampuan Usaha dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 12,2.
- Rusdiana.2014. *kewirausahaan Teori dan Praktek*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Saddewisasi,DLL.” Analisis dampak usaha ritel modern terhadap usaha ritel tradisional (studi kasus di wilayah kecamatan gunungpati, mijen, tembalang, dan banyumanik).” *Riptek* Vol.5 No. 1 Tahun 2011.  
<http://bappeda.semarangkota.go.id/v2/wpcontent/uploads/2013/12/4.Wyati->



- [sadewi-retail-modern-tradisional.pdf](#) (diakses pada tanggal 2 oktober 2018 pukul 09.12)
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta,cv
- Sule dan Saefullah, 2010. *Pengantar Manajemen*. Jakarta : CV Kharisma Putra Utama
- Sunyoto, Danang. 2012 *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta : CV Aditya Media.
- Suryana. (2001). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat
- Utami, Christina, Whidya 2008. *Staregi Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang
- Utomo, Tri Joko. “ Persaingan bisnis ritel: tradisional vs modern.” *Fokus Ekonomi* 6.1 (2011): 122-133
- <http://stiepena.ac.id/wp-content/uploads/2012/11/pena-fokus-vol-6-no-1-121133.pdf> (diakses pada tanggal 3 November 2018 pukul 14.00)