

# Inovasi Produk sebagai Variabel Mediasi Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Sektor UMKM Olahan Ikan Patin di Kampung Patin, Desa Koto Mesjid, Kecamatan XIII Koto Kampar

Mashur Fadli, Meyzi Heriyanto, Kasmirudin, & Lie Othman

Universitas Riau

\* [mashur.fadli@lecturer.unri.ac.id](mailto:mashur.fadli@lecturer.unri.ac.id)

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan inovasi produk sebagai variabel mediasi terhadap strategi meningkatkan keunggulan bersaing Sektor UMKM Olahan Ikan Patin di Kampung Patin, Desa Koto Mesjid, Kecamatan XIII Koto Kampar. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dimana data primer dikumpulkan melalui survei kepada 70 responden dan teknik statistik Partial Least Square (PLS) digunakan untuk mengolah data. Hasil penelitian mengonfirmasi adanya pengaruh yang signifikan orientasi pasar berpengaruh terhadap inovasi produk dan keunggulan bersaing, baik pengaruh secara langsung ataupun pengaruh secara tidak langsung melalui mediasi dari variabel inovasi produk. Untuk variabel orientasi kewirausahaan memberikan pengaruh terhadap variabel inovasi produk dan keunggulan bersaing, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel inovasi produk, akan tetapi ada faktor atau variabel lain yang mempengaruhi variabel keunggulan bersaing.

**Kata kunci:** orientasi pasar; orientasi kewirausahaan; inovasi produk; keunggulan bersaing; umkm

**Abstract.** This study aims to measure the effect of market orientation, entrepreneurial orientation, and product innovation as mediating variables on strategies to increase competitive advantage in the Catfish Processed MSME Sector in Patin Village, Koto Mesjid Village, District XIII Koto Kampar. The study used a quantitative approach where primary data was collected through a survey of 70 respondents and the statistical technique Partial Least Square (PLS) was used to process the data. The results of the study confirm that there is a significant effect of market orientation on product innovation and competitive advantage, both direct and indirect effects through the mediation of product innovation variables. The entrepreneurial orientation variable influences the product innovation variable and competitive advantage, either directly or indirectly through the product innovation variable, but some other factors or variables affect the competitive advantage variable.

**Keywords:** market orientation; entrepreneurship orientation; product innovation; competitive advantage; SMEs

---

**To cite this article:** Fadli, M., Heriyanto, M., Kasmirudin., & Othman, L. (2022). Inovasi Produk sebagai Variabel Mediasi Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Sektor UMKM Olahan Ikan Patin di Kampung Patin, Desa Koto Mesjid, Kecamatan XIII Koto Kampar. *Unri Conference Series: Community Engagement 4*: 378-386. <https://doi.org/10.31258/unricsce.4.378-386>

© 2022 Authors

Peer-review under responsibility of the organizing committee of Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat 2022

---

## PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil dan menengah yang biasa disebut sector riil, perlu dikembangkan karena pertumbuhan ekonomi memerlukan dukungan investasi. Pada kondisi keterbatasan investasi, maka investasi perlu diarahkan pada upaya mengembangkan wirausaha baru, yang banyak muncul di sektor riil. Bisnis pada bidang usaha sektor riil juga mampu menyerap tenaga kerja yang sangat besar, lebih dari 90% yang secara langsung mempengaruhi pendapatan *domestic bruto* (PDB).

Di Propinsi Riau telah tampak adanya perkembangan nyata UMKM yang merupakan hasil dari usaha keras *triple elix* (di Indonesia dikenal dengan ABG), yaitu sinergi dari *Academician, Businesses and Government*. Sebut saja, usaha pengolahan ikan di Desa Koto Mesjid, Kecamatan XIII Koto Kampar, Kabupaten Kampar yang telah mendapat julukan sebagai Kampung Patin. Desa Koto Mesjid juga didaulat oleh Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan (P2HP) - Departemen Kelautan dan Perikanan sebagai sentral pengolahan produk perikanan air tawar di Riau. Tidak hanya itu, Melalui Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan RI No. Kep.32/Men/2010 tentang Penetapan Kawasan Minapolitan, ditetapkan bahwa kawasan Minapolitan di Provinsi Riau berada di Kab. Kampar, yang dipusatkan pada wilayah Kecamatan XIII Koto Kampar dengan minapolis berada di Desa Koto Mesjid.

Desa wisata Kampung Patin adalah sebuah desa yang terletak di Koto Kampar yang dapat ditempuh via perjalanan darat dengan estimasi waktu tempuh dari kota Pekanbaru sekitar dua jam. Sebuah Gapura sebagai petunjuk lokasi berdiri kukuh di depan, tepat ditepi ruas jalan lintas Riau – Sumatera Barat. Desa wisata kampung patin ini memiliki potensi objek wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi antara lain yaitu Puncak Kompe, Tepian Mahligai, Danau Rusa, Air Terjun Sungai Gagak, dan lain-lain. Selain potensi objek wisatanya yang indah, desa wisata kampung patin juga memiliki potensi perikanan melalui usaha budidaya kolam seluas  $\pm 230$  Ha dari luas wilayah keseluruhan desa tersebut seluas 425,5 Ha. Ikan patin merupakan salah satu ikan yang utama dibudidayakan di Desa Koto Mesjid dengan jumlah produksi ikan patin mencapai  $\pm 15$  ton per hari atau sekitar 5.475 ton per tahun dengan jumlah luas kolam ikan sebesar 160 Ha dan 776 kolam ikan (<https://www.riau.go.id>).

UMKM memiliki peran dan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi disuatu negara atau wilayah, tetapi masih ada sebagian tantangan serta masalah yang harus di hadapi oleh UMKM baik itu secara internal ataupun eksternal khususnya dikampung patin. Secara internal, keberadaan UMKM lebih banyak mengalami keterbatasan baik itu modal, teknik proses produksi, memetakan segmentasi pasar, manajemen serta memanfaatkan perkembangan teknologi, lemah dalam pengambilan keputusan dan pengawasan keuangan serta rendahnya dalam mempertahankan strategi keunggulan bersaing. Sementara itu, secara eksternal lebih banyak menghadapi masalah seperti permasalahan perijinan, bahan baku, lokasi pemasaran, sulitnya mendapatkan kredit bank, iklim usaha yang tidak kondusif, kepedulian publik, serta minimnya mitra dan pembinaan.

Keunggulan bersaing adalah seperangkat elemen yang membedakan perusahaan dari pesaingnya dan memberikannya posisi pasar yang berbeda, memungkinkannya untuk mengungguli pesaingnya (Zimmerer et al., 2008). Orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk merupakan faktor-faktor yang disebutkan dalam pengabdian ini yang dapat dijadikan solusi dalam membantu sektor UMKM olahan ikan patin desa koto masjid kecamatan XIII koto kampar didalam meningkatkan keunggulan bersaing. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Andika et al., 2021; Djodjobo & Tawas, 2014; Paulus & Wardhani, 2018; Syukron & Ngatno, 2016).

Adapun tujuan pengabdian dalam permasalahan adalah sebagai berikut: Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan inovasi produk dalam meningkatkan keunggulan bersaing sektor UMKM olahan ikan patin di Kampung Patin, Desa Koto Mesjid, Kecamatan XIII Koto Kampar.

## Tinjauan Literatur

### Keunggulan Bersaing

Untuk mempertahankan eksistensi jangka panjang dalam sebuah bisnis khususnya dalam sektor UMKM, para pelaku bisnis perlu membuat suatu konsep model bisnis yang kompetitive dan mampu membuat strategi keunggulan bersaing yang baik. Keunggulan bersaing menggambarkan cara suatu industri atau bisnis untuk

memilih dan melaksanakan suatu strategi generik guna dan mempertahankan keunggulan bersaing. Tujuan keunggulan bersaing yaitu, agar perusahaan atau bisnis mampu lebih unggul dibandingkan pesaingnya.

Melalui strategi keunggulan bersaing yang ditetapkan akan dapat meraih: membentuk positioning yang tepat, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendapatkan pangsa pasar baru, memaksimalkan penjualan, dan menciptakan kinerja bisnis yang efektif (Kotler & Armstrong, 2008). Keunggulan bersaing didefinisikan sebagai kemampuan dari sebuah organisasi untuk membuat posisi tetap bertahan dari pesaing (Li et al., 2006). Keunggulan bersaing merupakan kemampuan yang memungkinkan organisasi untuk membedakan dirinya dari para pesaingnya (Tracey et al., 1999). Keunggulan bersaing adalah suatu keadaan dalam memperoleh keuntungan rata-rata lebih tinggi daripada pesaingnya, sehingga perusahaan dianggap selangkah lebih maju dari pesaingnya (Ayuningrum, 2018).

### **Orientasi Pasar**

Orientasi pasar berusaha untuk memahami dan memanfaatkan faktor eksternal dari perusahaan guna mengidentifikasi dan menanggapi kebutuhan, permintaan dan ekspektasi pelanggan serta menyediakan produk (barang dan layanan) yang sesuai. Hal tersebut menempatkan orientasi pasar sebagai aspek utama dalam mengembangkan keunggulan kompetitif secara berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*). Orientasi pasar memiliki efek positif pada kinerja bisnis baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Kumar et al., 2011).

Orientasi pasar dalam suatu perusahaan atau bisnis mengarah pada perbaikan dalam penjualan dan pertumbuhan profitabilitas, pangsa pasar, kesuksesan produk baru, kepuasan pelanggan, bila dibandingkan dengan perusahaan atau bisnis lain yang tidak peduli dengan esensi berorientasi pasar. Menurut (Jaworski & Kohli, 1993), orientasi pasar perusahaan dapat dilihat dari sejauhmana perusahaan melakukan ketiga proses tersebut dengan baik

### **Orientasi Kewirausahaan**

Menurut McDougall dan (McDougall & Oviatt, 2000) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai kombinasi perilaku inovatif, proaktif dan pengambilan risiko yang dimaksudkan untuk menciptakan nilai dalam organisasi. Suatu organisasi dapat memiliki struktur kewirausahaan, dan anggota suatu organisasi bisa berwirausaha, dan masing - masing saling melengkapi untuk memberikan sinergi. Orientasi kewirausahaan merupakan sumber daya strategis organisasi dengan potensi untuk menghasilkan keunggulan bersaing. Potensi orientasi kewirausahaan dan dampaknya pada kinerja bisnis bergantung pada peran orientasi kewirausahaan sebagai penggerak atau pelopor bagi kemampuan organisasi dan inovasi. Hasil studi empiris yang dilakukan

### **Inovasi Produk**

Inovasi produk merupakan produk atau jasa baru yang diperkenalkan pada pasar. Inovasi produk dikategorikan sebagai produk baru bagi dunia, lini produk baru, tambahan pada lini produk baru, tambahan pada lini produk baru yang telah ada, perbaikan dan revisi produk yang telah ada, penentuan kembali dan pengurangan biaya (Nasution & Mavondo, 2008). Menurut (Kotler & Keller, 2007), inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain. Menurut (Tjiptono, 2008), produk baru berperan penting dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan, sementara inovasi proses memainkan peran sebagai strategi dalam menekan biaya.

## **METODE PENERAPAN**

Berikut tahapan kegiatan pelaksanaan pengabdian Inovasi Produk sebagai Variabel Mediasi Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Sektor UMKM Olahan Ikan Patin di Kampung Patin, Desa Koto Mesjid, Kecamatan XIII Koto Kampar:

### **Tahap Perencanaan**

Sebagai tahap awal kegiatan pengabdian masyarakat, dilakukan langkah-langkah perencanaan sebagai berikut:

1. Tim menentukan lokasi pengabdian masyarakat dan memperoleh izin masyarakat di wilayah terpilih.
2. Tim mensurvei usaha UMKM yang berpotensi untuk berkembang, khususnya Kampung Patin, Desa Koto Mesjid, Kecamatan XIII Koto Kampar.
3. Tim bekerja sama untuk menentukan persyaratan materi untuk memberikan pemahaman, pengetahuan dan sosialisasi yang akan dibuat.

4. Tim bekerjasama dengan Kepala Desa dan Narasumber untuk merancang kegiatan berdasarkan strategi yang telah direncanakan.

#### Tahap Pelaksanaan

Setelah kegiatan perencanaan, tahap pelaksanaan mengikuti jadwal yang telah ditentukan.

1. Tatap muka dan wawancara langsung sebagai wadah pelaksanaan pengabdian masyarakat digunakan untuk pemahaman, pengetahuan dan sosialisasi
2. Ceramah dan percakapan tentang Inovasi Produk sebagai Variabel Mediasi Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing digunakan sebagai teknik pengajaran dan memberikan pengetahuan, dengan materi power point dan pertanyaan yang telah disediakan.
3. Melalui komunikasi dan praktek langsung oleh narasumber memberikan pemahaman, pengetahuan dan sosialisasi yang diberikan oleh Tim.
4. Tim, peserta, dan narasumber melakukan diskusi dengan menanggapi serangkaian pertanyaan yang diajukan peserta tentang praktik dan sosialisasi yang telah berlangsung.
5. Melakukan evaluasi

#### Tahap Penyusunan Laporan

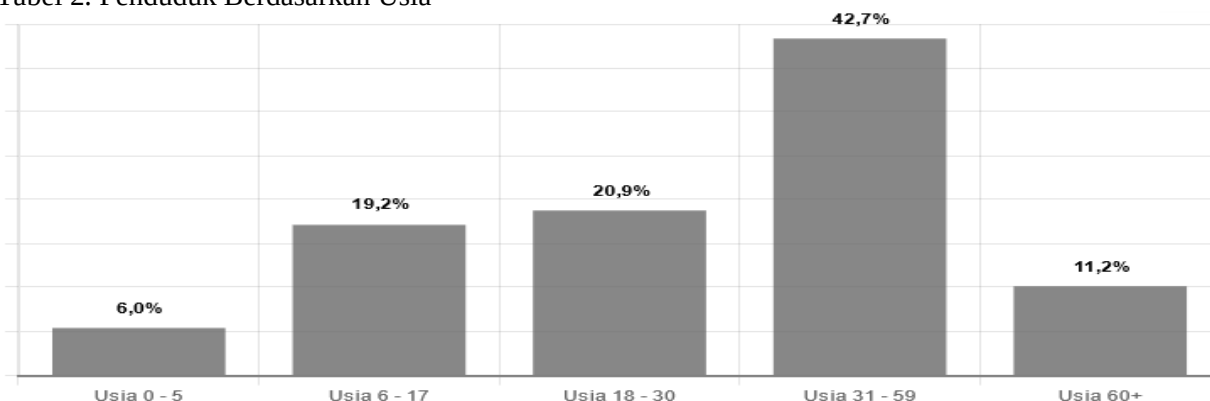
Penyusunan laporan kegiatan pengabdian akan terbagi menjadi beberapa tahap, yaitu laporan kemajuan kegiatan pengabdian dan laporan hasil kegiatan. Laporan hasil pengabdian ini akan dipublikasikan kedalam jurnal/prosiding pengabdian masyarakat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Masyarakat/Kelompok Sasaran

Statistik penduduk yang berada di desa koto mesjid berjumlah 730 kk dan 2.328 jiwa dengan rincian 1.194 jiwa berjenis kelamin laki-laki serta 1.134 jiwa berjenis kelamin perempuan. Dengan demikian penduduk laki-laki lebih banyak dibandingkan dengan penduduk perempuan.

Tabel 2. Penduduk Berdasarkan Usia



Sumber : <https://www.kotomesjid.com/data-desa>, 2022

#### Potensi Pengembangan UMKM

Potensi untuk pengembangan usaha masih banyak yang perlu dikembangkan terutama dalam hasil produk turunan olahan ikan yang dapat diolah menjadi produk olahan yang berdaya saing tinggi. Usaha bidang olahan ikan merupakan suatu kegiatan usaha ekonomis, dimana manusia mengusahakan, mengelola dan mengendalikan sumberdaya hayati perikanan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya demi meningkatkan kesejahteraan dan pendapatan pengusaha atau pelaku bisnis.

Desa Koto Masjid terletak dikecamatan XIII koto Kampar, kabupaten Kampar, Provinsi Riau. Usaha yang ditumbuh kembangkan di desa ini pada umumnya yaitu produk-produk bauran perikanan, diantaranya pembudidayaan, pengolahan, produksi dan pemasaran. Desa Koto Masjid memiliki julukan sebagai Kampung

Patin dengan motto Tiada rumah tanpa ikan karena rata-rata masyarakat di desa Koto Mesjid melakukan budidaya ikan patin. Berikut data produksi perikanan budidaya (ton) di Provinsi Riau:

Tabel 3. Produksi Perikanan Budidaya (Ton)

|                  | Patin    |          |          |
|------------------|----------|----------|----------|
|                  | 2018     | 2019     | 2020     |
| Riau             | 36554.82 | 27335.00 | 30967.00 |
| Kuantan Singingi | 409.56   | 358.00   | 554.00   |
| Indragiri Hulu   | 1001.21  | 1572.00  | 1405.00  |
| Indragiri Hilir  | 455.96   | 154.00   | 133.00   |
| Pelalawan        | 4562.90  | 4684.00  | 3498.00  |
| Siak             | 194.21   | 330.00   | 318.00   |
| Kampar           | 25636.86 | 16465.00 | 21549.00 |
| Rokan Hulu       | 441.27   | 341.00   | 338.00   |
| Bengkalis        | 22.79    | 15.00    | 27.00    |
| Rokan Hilir      | 1778.52  | 1364.00  | 1321.00  |
| Kep. Meranti     | 0.30     | 2.00     | 1.00     |
| Pekanbaru        | 2025.74  | 2033.00  | 1818.00  |
| Dumai            | 25.50    | 17.00    | 7.00     |

Source Url: <https://riau.bps.go.id/indicator/56/249/1/produksi-perikanan-budidaya.2022>

### Solusi/Upaya Pengembangan UMKM

Hakikatnya pengembangan UMKM adalah tanggung jawab bersama antara masyarakat dan pemerintah khususnya pemerintah daerah dalam mencapai keadilan dan pemerataan, sehingga berdampak untuk mengentaskan kemiskinan, meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat dengan menawarkan konseling, pelatihan, dan pembinaan kepada sumber daya manusia khususnya stakeholder pelaku bisnis UMKM dalam meningkatkan kapabilitas atau kompetensinya. Berikut ini terdapat solusi atau upaya-upaya dalam pengembangan UMKM, yaitu:

1. Menciptakan Suasana Usaha yang Kondusif.  
Pemerintah khususnya pemerintah daerah harus berusaha menciptakan iklim yang kondusif dengan mengupayakan keamanan dan ketentraman berusaha, keringanan pajak dan menyederhanakan prosedur perijinan usaha.
2. Bantuan Modal.  
Skim kredit khusus perlu diperluas oleh pemerintah dengan persyaratan tidak memberatkan UMKM, untuk membantu meningkatkan modalnya, baik melalui sektor jasa finansial informal, formal, modal ventura, leasing dan skema penjaminan.
3. Mengembangkan Kemitraan.  
Mengembangkan kemitraan untuk saling membantu sesama UMKM, atau dengan pengusaha besar dari luar negeri ataupun didalam negeri.
4. Perlindungan Usaha  
Beberapa jenis usaha tertentu termasuk usaha tradisional termasuk kedalam golongan ekonomi lemah, sehingga harus diberikan perlindungan oleh pemerintah baik peraturan daerah maupun undang-undang yang berujung saling menguntungkan.

5. Memperkuat Asosiasi.

Asosiasi yang sudah dimiliki harus diperkuat, agar perannya ditingkatkan dalam mengembangkan informasi usaha yang diperlukan untuk mengembangkan usaha bagi anggota.

6. Pelatihan.

Meningkatkan pelatihan bagi UMKM perlu dilakukan oleh pemerintah baik dari segi manajemen, kewiraswastaan, dan keterampilan serta pengetahuan dalam mengembangkan usahanya.

7. Mendirikan Sentra di Masing-Masing Wilayah Atau Daerah.

Perlunya membangun sentra yang memiliki tanggung jawab dalam mengatur semua kegiatan yang berhubungan dengan upaya mengembangkan usaha di daerah atau dalam hal mengatasi masalah eksternal maupun internal yang dihadapi oleh UMKM.

8. Mengembangkan Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi Produk

Tujuannya adalah agar pelaku bisnis dapat meningkatkan keunggulan bersaing dalam eksistensi jangka panjang.

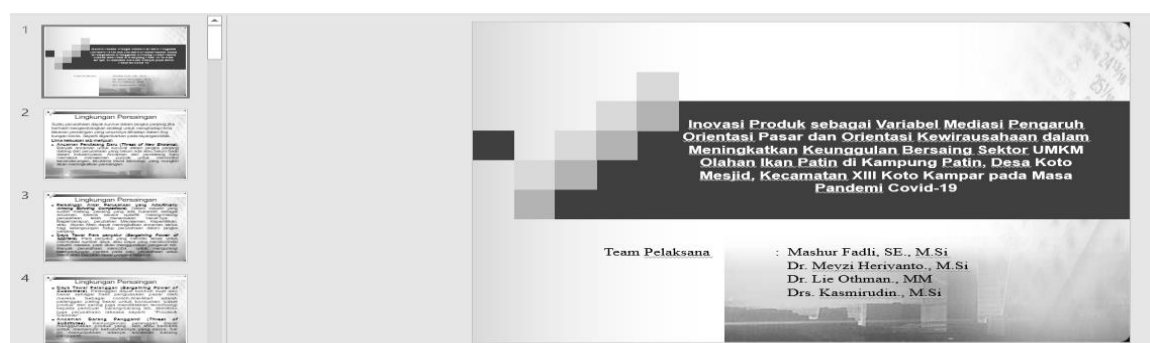
9. Mengembangkan Promosi.

Supaya lebih mempermudah proses kemitraan antara usaha besar dengan UMKM, maka dibutuhkan media khusus untuk mempromosikan produk yang dihasilkan.

### Pemahaman, Pengetahuan dan Sosialisasi

Pengabdian ini dilaksanakan selama dua hari yaitu pada tanggal 30 juni – 01 Juli 2022 pukul 09.00 sd selesai di Sentra pengolahan pasca panen dan Graha Pratama Fish yang berdiri sejak tahun 2002 dan beralamat Jl. Syech Ja'far No 7 desa Koto Mesjid (kampung patin) kecamatan XIII Koto Kampar, Kabupataten Kampar Riau. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman, pengetahuan dan sosialisasi tentang Inovasi Produk sebagai Variabel Mediasi Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing sektor UMKM. Lima orang membentuk tim implementasi, dengan dua orang menjadi nara sumber untuk memberikan pemahaman, pengetahuan dan sosialisasi.

Bapak H. Suhaimi. Spi., MMA beserta ibu, selaku pemilik dan pengelola Graha Pratama Fish, dan Bapak Mashur Fadli. SE., M.Si merupakan nara sumber yang merupakan dosen di Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau. Ceramah, praktek, dan percakapan digunakan untuk memberikan pemahaman, pengetahuan dan sosialisasi kepada peserta atau responden yang berjumlah 70 orang. Materi disampaikan oleh Tim sebagai pemateri melalui penggunaan PowerPoint (PPT) yang relevan dengan memberikan pemahaman dan pengetahuan bagaimana meningkatkan strategi keunggulan bersaing pada sektor UMKM. Berikut Slide PPT yang dipresentasikan kepada peserta pengabdian masyarakat:



Gambar 1. Power Point (PPT) Materi





Gambar 2. Graha Pratama Fish

Usaha yang sudah berjalan kurang lebih 20 tahun ini memiliki potensi pengembangan usaha pada berbagai macam produk olahan seperti nugget ikan, bakso ikan, abon, ikan salai dan *fillet* ikan, hal ini akan menambah serta menunjang pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Usaha ini dijalankan oleh keluarga pak suhaimi sendiri dan dibantu oleh beberapa masyarakat dan siswa yang magang dalam proses pengerjaannya hingga sampai ke distribusi pemasaran. Tenaga kerja yang digunakan kurang lebih sebanyak 30 orang mulai dari membantu dalam proses produksi sampai pemeliharaan ikan patin dikolam. Hari kerja yang digunakan dalam melakukan kegiatan produksi selama 3 hari dalam satu minggu, dan dalam satu minggu memproduksi 300 kg *fillet* ikan patin. Usaha ini perlu adanya peran pemerintah khususnya pemerintah daerah setempat dalam pemberian modal baik dalam bentuk bantuan dana maupun alat atau teknologi agar dapat meningkatkan keunggulan bersaing dan permintaan atau *demand* dapat terakomodir dengan baik mengingat usaha ini sangat prospek untuk jangka panjang.



Gambar 3. Sentra Pengolahan Pasca Panen

Sentra pengolahan perikanan ini pada tahun 2008-2011 dan beroperasi pada tahun 2012, dengan memiliki tujuan berdirinya sentra pengolahan ikan patin ini agar kelompok pengolah atau usaha kecil menengah mendapatkan fasilitas yang memadai dalam proses pengolahan ikan patin, karena diketahui bahwa, jika kelompok pengolah tetap melakukan kegiatan pengolahan ikan patin di rumah masing-masing tentu dalam pengolahan ikan patin hanya terbatas.

Selain menjadi wadah yang tersentral bagi kelompok pengolah, dengan adanya sentra ini memang sangat membantu masyarakat Desa Koto Masjid dalam menjalankan usahanya seperti menghemat pada modal pembuatan fasilitas untuk mengolah ikan patin karena masyarakat dapat menggunakan fasilitas sentra secara gratis asalkan menjaga dan merawat fasilitas yang tersedia di sentra tersebut, sehingga para kelompok pengolah hanya fokus untuk menyiapkan bahan-bahan dalam mengolah ikan dan membayar gaji para anggota dari setiap kelompok pengolah. Pada tahun 2018-2019 sebelum pandemi covid 19 mengalami peningkatan total produksi dari tahun-tahun sebelumnya yaitu kelompok pengolah mitra salai, kim salai, salai 2 putri dan pudung anugerah memiliki total produksi sebanyak 426.721/kg, sedangkan rizky salai, one fish salai sebesar 260.359/kg dan wali salai, acu ghali salai, putra agung dan qintan agung sejahtera sebesar 708.963/kg, dan untuk arion fish yang baru bergabung sebanyak 103.745/kg.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil pengabdian ini memberikan kesimpulan bahwa Orientasi pasar, inovasi produk, dan orientasi kewirausahaan memberikan dampak terhadap meningkatkan keunggulan bersaing. Orientasi pasar merupakan konsep yang menekankan perhatian pada pasar (market) agar memiliki kemampuan untuk menghadirkan produk (barang dan layanan) yang unggul kepada konsumen, sehingga dapat disarankan dengan strategi orientasi pasar yang baik akan dapat meningkatkan dan mempertahankan dan meningkatkan keunggulan



bersaing sektor UMKM olahan ikan patin di Kampung Patin, Desa Koto Mesjid, Kecamatan XIII Koto Kampar. Orientasi kewirausahaan merupakan suatu orientasi untuk berusaha menjadi yang pertama dalam inovasi produk pasar, berani mengambil risiko dan melakukan tindakan proaktif untuk mengalahkan pesaing, sehingga dapat disarankan dengan strategi orientasi kewirausahaan yang baik akan dapat meningkatkan dan mempertahankan keunggulan bersaing. Inovasi sebagai suatu gagasan baru yang diterapkan untuk memprakarsai atau memperbaiki suatu produk atau proses dan jasa. Inovasi merupakan proses non linear dari dua komponen meliputi implementasi kreativitas dan inovasi, sehingga dapat disarankan dengan inovasi produk yang baik akan dapat meningkatkan keunggulan bersaing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andika, A., Fadhilah, M., & Lukitaningsih, A. (2021). Membangun Keunggulan Kompetitif melalui Orientasi Pasar, Kreativitas Produk dan Inovasi Produk pada IKM Kerajinan Kabupaten Bantul Yogyakarta. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(2), 511–522.
- Ayuningrum, I. D. (2018). *Pengaruh Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing dan Kepuasan Pengunjung Industri Pariwisata di Kota Bojonegoro*. Universitas Brawijaya.
- Djodjono, C. V., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha nasi kuning di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3).
- Jaworski, B. J., & Kohli, A. K. (1993). Market orientation: antecedents and consequences. *Journal of Marketing*, 57(3), 53–70.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Il marketing del nuovo millennio*. Pearson Italia Spa.
- Kumar, V., Jones, E., Venkatesan, R., & Leone, R. P. (2011). Is market orientation a source of sustainable competitive advantage or simply the cost of competing? *Journal of Marketing*, 75(1), 16–30.
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T. S., & Rao, S. S. (2006). The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance. *Omega*, 34(2), 107–124.
- McDougall, P. P., & Oviatt, B. M. (2000). International entrepreneurship: the intersection of two research paths. *Academy of Management Journal*, 43(5), 902–906.
- Nasution, H. N., & Mavondo, F. T. (2008). Organisational capabilities: antecedents and implications for customer value. *European Journal of Marketing*.
- Paulus, A. L., & Wardhani, Z. K. (2018). Keunggulan bersaing usaha cake dan bakery: peran orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 88–96.
- Syukron, M. Z., & Ngatno, N. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing UMKM Jenang di Kabupaten Kudus. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 209–222.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Tracey, M., Vonderembse, M. A., & Lim, J.-S. (1999). Manufacturing technology and strategy formulation: keys to enhancing competitiveness and improving performance. *Journal of Operations Management*, 17(4), 411–428.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil. *Jakarta : Salemba Empat*, 85.