

STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING MELALUI ORIENTASI PASAR DAN JIWA KEWIRAUSAHAAN PADA SENTRA INDUSTRI KAOS SUCI BANDUNG

Oleh
Dewi Kania
dewikanciasr7@yahoo.com

ABSTRACT

The emergence of competition in the business world is unavoidable. With the competition, the company faced with the opportunities that come from outside or from within the country, for each company is required to always know and understand what is happening in the market and what the consumer desires are constantly changing. moreover, the company engaged in the sale of clothing in large quantities, then the assessment component of the market or market orientation, supported by an entrepreneurial spirit will enhance the company's competitive advantage of the company.

This research aims to determine the company's response regarding market orientation, entrepreneurship, competitive advantage and how big the influence of market orientation and entrepreneurial spirit to competitive advantage at the center of the Suci's shirt Bandung as simultaneously or Persia.

The results of research show that the market orientation and entrepreneurship affect the competitive advantage. This is evident from the results of the analysis of verification in the form of multiple regression analysis, correlation, and determination. The orientation market and entrepreneurship increases, So the competitive advantage will decrease. The results indicate that the hypothesis of market orientation and entrepreneurship spirit affect the competitive advantage of both partial.

Keywords: market orientation, entrepreneurial spirit, a competitive advantage

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era pertumbuhan saat ini, ekonomi kreatif semakin berkembang pesat, dilihat dari banyaknya permintaan masyarakat akan kebutuhan hidup. Munculnya persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Dengan adanya persaingan, maka perusahaan dihadapkan pada berbagai peluang yang berasal dari luar maupun dari dalam negeri, Untuk setiap perusahaan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen yang terus berubah.

Hal ini bahwa apa yang harus diproduksi tergantung pada konsumen akan mudah terjual dipasar sehingga perusahaan akan terus meningkatkan kebutuhan konsumen, Dengan demikian perusahaan dituntut untuk mampu memilih dan menetapkan strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan.

Seperti yang terjadi pada salah satu sentra UKM yang ada dikota Bandung yaitu sentra indutri kaos yang berada dikawasan Suci Bandung. Sentra UKM yang telah berdiri selama kurang lebih 20 tahun ini memiliki beragam UKM yang memproduksi kaos untuk dipasarkan kedalam maupun keluar Kota Bandung. Salah satu tujuan pasar dari Sentra Industri Kaos Suci yaitu beberapa kota di Jawabaratan dan beberapa kota dari provinsi yang lain. Terletak di Jalan Surapati dan Jalan PHH. Mustofa, kecamatan Cibeunying Kidul, Bandung. Fokus sentra ini adalah memproduksi berbagai macam jenis sablon kaos.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Orientasi Pasar di Sentra Industri Kaos Suci Bandung.
2. Bagaimana Jiwa Kewirausahaan di Sentra Industri Kaos Suci Bandung.
3. Bagaimana Strategi Keunggulan Bersaing di Sentra Kaos Suci Bandung.
4. Seberapa besar Strategi Keunggulan bersaing dipengaruhi oleh Orientasi Pasar dan Jiwa kewirausahaan di sentra industri kaos Suci Bandung.

II. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Orientasi Pasar

Craven and Piercy, (2009) Orientasi pasar adalah perspektif komersial yang membuat pelanggan sebagai titik fokus dari total operasi perusahaan. Indikator Orientasi pelanggan, Orientasi pesaing, Koordinasi antar fungsi.

Berdasarkan pengertian dari beberapa para ahli mengenai definisi dari Orientasi Pasar, maka penulis mengartikan Orientasi Pasar adalah suatu proses menciptakan serta mengaplikasikan Pengetahuan yang bertujuan untuk mengoptimalkan tujuan organisasi ataupun perusahaan.

2.2 Jiwa Kewirausahaan

Suryana (2003) Jiwa kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (create new and different) melalui berfikir kreatif dan inovatif. Indikator Jiwa Kewirausahaan, yaitu a. Percaya diri, b. Berinisiatif, c. Memiliki Motif berprestasi, d. Memiliki Jiwa kepemimpinan, e. Suka tantangan.

Berdasarkan pengertian diatas yang dimaksud pengertian Jiwa Kewirausahaan adalah jiwa kewirausahaan mempunyai jiwa kreatif dan inovatif dalam mengembangkan dan mempunyai ide-ide yang wawasan lebih luas untuk menjadikan perusahaan yang unggul.

2.3 Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki perusahaan Bharadwaj et al dalam Sensi Tribuana Dewi (2005;133). Dalam penelitian ini penulis menggunakan indikator sesuai apa yang dikemukakan oleh Droge dan Vickery (1994) dalam Sensi Tribuana Dewi (2006 : 27), yaitu : 1. Keunikan Produk 2. Kualitas Produk 3. Harga Saing.

Berdasarkan pengertian diatas yang dimaksud keunggulan bersaing adalah dimana sebuah perusahaan memiliki keunggulan dalam bersaing dengan para pesaing lainnya baik dari segi Produk, bentuk, motif ataupun kemasannya.

2.4 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian

Hubungan antara Orientasi Pasar dengan Keunggulan Bersaing

Dewi (2006) menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing.

Hubungan antara Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing

Gomez, et al., (2007) merupakan penelitian eksplorasi dengan menggunakan pendekatan kualitatif), sedangkan pada penelitian ini merupakan penelitian eksplanasi yang mengkaji keterkaitan rahasia jiwa kewirausahaan dengan keunggulan bersaing.

Dalam kajian lebih lanjut, tidak adanya pengaruh rahasia jiwa kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing mungkin disebabkan upaya inovatif, kreatif dan keberanian belum dilaksanakan secara menyeluruh oleh pengusaha tanaman hias. Hal ini terbukti dari hasil wawancara yang diperoleh bahwa umumnya inovasi dan kreativitas

yang dilakukan pengusaha cenderung mengikuti produk tanaman hias pesaing yang paling laku terjual. Kondisi ini akan memfokuskan pengusaha untuk berupaya menghasilkan beraneka ragam varietas tanaman hias yang sama dengan pesaing, dan upaya-upaya dilakukan pengusaha ini cenderung mengabaikan kualitas yang merupakan unsur paling penting dalam keunggulan kompetitif. Selain itu, upaya-upaya yang dilakukan menandakan kurang beraninya pengusaha tanaman hias untuk menerima tantangan dan risiko dalam kegiatan usahanya.

2.5 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran diatas, maka penulis berasumsi mengambil hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Orientasi pasar sentra industri kaos Suci Bandung sudah tepat
2. Jiwa Kewirausahaan Sentra Industri kaos Suci Bandung sudah kuat
3. Strategi keunggulan bersaing di Sentra Industri Bandung cukup tepat.
4. Strategi keunggulan bersaing dipengaruhi oleh Orientasi pasar dan Jiwa Kewirausahaan

III. OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Pengertian objek penelelitian menurut Sugiyono (2006:13) adalah sebagai berikut: "Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objektif, valid dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu)

Objek penelitian yang digunakan penulis dalam memenuhi tugas akhir ini adalah Strategi keunggulan bersaing melalui Orientasi Pasar dan Jiwa kewirausahaan. Penelitian ini dilakukan di sentra industri kaos suci Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel bebas yaitu Orientasi Pasar (X1) dan Jiwa Kewirausahaan (X2), sedangkan variabel terikat yaitu Keunggulan Bersaing (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Pemilik usaha pada sentra Industri kaos Centra Suci berjumlah 457 orang yang bisa dijadikan ukuran populasi. Berdasarkan jumlah populasi ditetapkan sampel dengan menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh 82 yang diambil secara random..

Rumus yang digunakan adalah pendapat Slovin yang dikutip dari Drs.Husein Umar (2003) yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

3.3 Metode Analisis dan Perancangan Hipotesis

Pada dasarnya rancangan analisis data yang digunakan terdiri dari dua bagian yaitu analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Menurut Sugiyono (2006:13), data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar. Sementara untuk data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang diangkakan (skoring). Analisis kualitatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah satu, dua dan tiga, yaitu mengenai Orientasi Pasar dan Jiwa Kewirausahaan serta Keunggulan Bersaing dengan cara mengelompokan data, ditabulasikan, kemudian diberikan penjelasan. Sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang keempat, yaitu untuk mengetahui seberapa besar Strategi

keunggulan bersaing melalui Orientasi Pasar dan Jiwa kewirausahaan pada Sentra Industri Kaos Suci Bandung

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur, seluruh kuesioner dinyatakan valid karena masing-masing memiliki r kritis $> 0,300$. Secara empiris ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas (alpha cronbach) dimana diperoleh r Alpha $> r$ tabel maka H_0 ditolak sehingga dinyatakan reliabel.

Rancangan Analisi dan Perancangan Hipotesis

Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik. Sedangkan analisis kuantitatif. Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh antar variabel Korelasi Berganda (Multiple Regression).

Persamaan Regresi Linier Berganda adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

3.4 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Strategi keunggulan bersaing melalui orientasi pasar dan Jiwa kewirausahaan pada sentra industri kaos suci Bandung.

Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Analisis Orientasi Pasar

Analisis kualitatif dilakukan mengacu kepada setiap indikator yang ada pada variable Orientasi pasar. Berikut diuraikan hasil tanggapan responden mengenai Orientasi pasar pemilik usaha pada sentra Industri kaos suci Bandung, dapat disajikan pada table 4.1. di bawah ini..

Tabel 1
Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Orientasi Pesaing

No	Pernyataan	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor Aktual
1.	Pengusaha berusaha mengimbangi standar harga yang ditetapkan oleh pesaing	293	410	68,94
2.	Pengusaha selalu memerhatikan keunggulan-keunggulan produk yang bersaing sebagai kondisi pesaing	302	410	73,66
		595	820	72,57

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2016

Berdasarkan hasil pengkategorian skor jawaban untuk indikator Orientasi Pesaing yang dilakukan oleh para pengusaha di sentra kaos suci Bandung berada dalam kriteria baik yang mana hal ini menunjukkan para pemilik toko di sentra kaos suci

telah melakukan kondisi pengamatan para pesaing untuk memenuhi pesaing yang baik. Total skor Indikator Orientasi Pesaing dengan persentase 72.57% dengan kategori baik, artinya orientasi pasar pengusaha kaos di sentra Suci sudah tepat. Indikator yang memperoleh persentase tertinggi adalah Koordinasi antar fungsi sebesar 73,05% dengan kategori baik/tepat, dan yang paling rendah yaitu indikator Orientasi pelanggan dengan persentase sebesar 64,39 % dengan kategori cukup tepat. Hal ini dapat dipahami mengingat kurangnya pemilik usaha dalam merespon aktivitas pesaing, dan memiliki kelemahan dan kekuatan pesaing, yang mana seharusnya sebuah usaha yang seharusnya melihat aspek-aspek mengenai pesaing agar memperoleh keunggulan. Menurut Zhou et al. (2005:111); menjelaskan bahwa orientasi pesaing merupakan respon perusahaan dalam upaya menggali informasi mengenai berbagai strategi dan aktivitas yang dilakukan oleh pesaing , sehingga mendorong upaya inovasi yang lebih kreatif serta memacu pertumbuhan penjualan menjadi lebih baik

4.2 Hasil Analisis Jiwa Kwirausahaan

Hasil analisis pengkategorian skor Jawaban responden menunjukkan bahwa para pemilik usaha di Sentra kaos suci Bandung telah memiliki jiwa kewirausahaan yang kuat, namun untuk kepercayaan pada diri sendiri belum maksimal. Secara detail hasil analisis dapat dilihat pada tabel 4.2.

Tabel 2
Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Jiwa Kewirausahaan

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor	Kriteria
Percaya Diri	518	820	63.17	Cukup
Inisiatif	596	820	72.68	Baik
Jiwa Kepimpinan	618	820	75,36	Baik
Suka Tantangan	622	820	75,85	Baik
Total	2354	3280	71,77	Baik

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2016

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa total skor jiwa kewirausahaan dengan persentase 71.77% dengan kategori baik/kuat, artinya para pengusaha kaos di Sentra Suci telah memiliki jiwa kewirausahaan yang kuat. Indikator yang memperoleh persentase tertinggi adalah Suka Tantangan dengan kategori baik/kuat dengan presentase 75,83%, dan yang paling rendah yaitu indikator Percaya diri dengan persentase sebesar 63,17% dengan kategori cukup baik/kuat. Hal ini dapat dipahami, mengingat para pengusaha kaos di sentra Suci Bandung, kepercayaan diri untuk bersing dan menghadapi persaingan belum kuat, Nampak dari hasil wawancara dan keyakinan untuk menghadirkan produk-produknya.

4.3 Hasil Analisis Keunggulan Bersaing

Analisis kualitatif dilakukan mengacu kepada setiap indikator yang ada pada variable Keunggulan Bersaing. Berikut diuraikan hasil tanggapan responden mengenai Keunggulan Bersaing pengusaha kaos di Sentra Suci Bandung, dapat disajikan pada table 4.3. di bawah ini.

Tabel 3
Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keunggulan Bersaing

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor	Kriteria
Keunikan Produk	532	820	64,88	Cukup
Kualitas Produk	578	820	70,49	Baik
Harga Bersaing	609	820	74,27	Baik
Total	1719	2460	69,87	Baik

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2016

Berdasarkan tabel 4.3, dapat diketahui bahwa rata-rata skor keunggulan bersaing 69,87 termasuk dalam kategori tinggi/tepat, meskipun angkanya menunjukkan tipis di atas batas klasifikasi baik. Hal ini berarti parapengusaha kaos di Sentra Suci sudah berorientasi kepada pencapaian keunggulan bersaing yang tepat. Indikator yang memperoleh persentase tertinggi adalah Harga Bersaing dengan persentase sebesar 74,27 % dengan kategori baik, dan yang paling rendah yaitu indikator Keunikan Produk dengan persentase sebesar 64,88% dengan kategori cukup baik. Sesuai hasil analisis variabel jiwa kewirausahaan, yang menggunakan indikator kepercayaannya diri juga belum kuat, sehingga kurang percaya diri dalam melahirkan atau memproduksi produk yang unik.

Kondisi tersebut memperlihatkan para pemilik usaha di sentra industri kaos suci Bandung secara keseluruhan telah memiliki keunggulan yang tinggi sebagai modal dasar keunggulan bersaing merupakan alat untuk perusahaan dalam melakukan diversifikasi, Menurut Michael E. Porter (2004:1) bahwa keunggulan bersaing adalah jantung bagi kinerja perusahaan didalam pasar yang bersaing. Keunggulan bersaing berguna dalam upaya perusahaan untuk lebih berkembang dalam mengejar diversifikasi.

4.4 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif dilakukan untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis yang telah diajukan dan pada bab sebelumnya diajukan akan diuji dan dibuktikan melalui uji statistik.

Persamaan Regresi Linier Berganda

Menurut Asep Suryana Natawiria dan Riduwan (2010:88) analisis regresi bertujuan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan dari variabel. Maka dari itu akan dihitung nilai regresi dari variabel dalam penelitian ini yang mana hasilnya adalah sebagai berikut:

Nilai yang tertera dalam persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

12,147 artinya : Jika variabel Keunggulan Bersaing tidak dipengaruhi oleh kedua variabel bebasnya yaitu orientasi pasar dan jiwa kewirausahaan atau kedua variabel bebas bernilai 0, maka besarnya rata-rata Keunggulan Bersaing diramalkan akan Bernilai 12,147

0,134 artinya : Untuk setiap pertambahan nilai jiwa kewirausahaan sebesar satu satuan maka diramalkan akan menyebabkan meningkatnya nilai satuan Keunggulan Bersaing sebesar 0.134. Hal tersebut berarti Orientasi Pasar memiliki hubungan yang searah terhadap Keunggulan Bersaing

0,484, artinya : Untuk setiap penambahan nilai Orientasi Pasar sebesar satu satuan maka diramalkan akan menyebabkan meningkatnya nilai satuan Keunggulan Bersaing sebesar 0,484. Hal tersebut berarti bahwa Orientasi Pasar memiliki hubungan yang searah terhadap Keunggulan Bersaing. Anto dan Ruswiati (2012) dalam Gusti Ruzdaya (2011:132) menyimpulkan bahwa pembelajaran organisasi berpengaruh signifikan terhadap strategi kompetitif.

1,097, berarti adalah nilai epselon atau tingkat pengaruh variabel lain, yang mempengaruhi keunggulan bersaing, seperti Teknologi Informasi, Inovasi Produk, Orientasi Kewirausahaan.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Berdasarkan pengolahan data menggunakan *software SPSS 20 for windows* maka hasil uji normalitas dapat dilihat pada Gambar 4.65

Karena nilai *asympt.Sig.(2-tailed)* *kolmogorov smirnov* untuk *StandardizedResidual* masing – masing > 0.05 maka H_0 diterima yang artinya data menyebar secara normal.

b. Multikolinieritas

Berdasarkan tabel 4.64 dapat dilihat bahwa Orientasi pasar dan Jiwa kewirausahaan menunjukkan nilai $\text{tolerance} > 0,10$ dan nilai VIF < 10 maka dalam data tidak terdapat Multikolinieritas. Dari output di atas dapat dilihat bahwa nilai VIF kurang dari 10,, Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas dalam data

c. Uji Heteroskedastisitas

Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual (*error*) ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogeny) Dari output di atas dapat dilihat bahwa nilai koefien korelasi spearman tidak signifikan karena berada dibawah batas signifikan yaitu 0,05. Selain itu, nilai p-value (Sig) yang lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.65 .

4.5 Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel bebas dan terikat dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi Pearson (2009:183). Mengacu pada pendapat diatas maka dilakukan analisis korelasi dengan hasil sebagai berikut.:

a. Korelasi Secara Parsial antara Orientasi pasar dengan Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai koefisien korelasi untuk Orientasi Pasar dengan Keunggulan Bersaing sebesar 0,702. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing.

b. Korelasi Secara Parsial Antara Jiwa kewirausahaan dengan Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai koefisien korelasi untuk jiwa kewirausahaan dengan Keunggulan Bersaing sebesar 0,629. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara jiwa kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing

4.6 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis Koefisien Determinasi dimaksudkan untuk mengetahui persentase peranan semua variable bebas atas nilai variable bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variable terikat. Berikut adalah hasil analisis koefisien determinasi pada penelitian ini.

Hal tersebut berarti bahwa Orientasi pasar dan Jiwa kewirausahaan memberikan pengaruh yang kuat terhadap keunggulan bersaing para pemilik usaha di Sentra Industri kaos suci Bandung. Hasil tersebut menunjukkan bahwa orientasi pasar dan jiwa kewirausahaan berpengaruh kuat terhadap keunggulan bersaing di sentra kaos Suci Bandung Sedangkan sisanya sebesar 40% Keunggulan Bersaing dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak seperti Inovasi Produk, Teknologi Informasi, Loyalitas Konsumen dan variabel lain yang memiliki jumlah masing – masing pengaruh variabel yang tidak dihitung oleh penulis.

4.7 Pengujian Hipotesis

a. Pengujian Hipotesis Parsial Keunggulan Bersaing dipengaruhi oleh Orientasi

Dengan menggunakan SPSS 20, diperoleh hasil uji hipotesis parsial orientasi pasar (X_1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y) sebagai berikut:

Tabel 4
Koefisien Uji Hipotesis Parsial Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing
Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	11,075	,000
	ORIENTASI PASAR	6,342	,000

a. Dependent Variable: KEUNGGULAN
BERSAING

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai t_{hitung} untuk variabel Orientasi Pasar sebesar 6,342. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tabel distribusi t. Dengan $\alpha=0,05$, $df=n-k-1=75-2-1=72$, diperoleh nilai t_{tabel} sebesar $\pm 1,669$. Diketahui bahwa t_{hitung} untuk X_1 sebesar 6,342 > nilai t_{tabel} 1,669, maka H_0 ditolak artinya variabel Orientasi Pasar secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan

- $H_{01} : \beta_1 = 0$ Keunggulan Bersaing tidak dipengaruhi secara signifikan oleh orientasi pasar
- $H_{11} : \beta_1 \neq 0$ Keunggulan Bersaing dipengaruhi secara signifikan oleh orientasi pasar

Berdasarkan hasil analisis diketahui nilai t_{hitung} untuk variabel orientasi pasar sebesar 6,342. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tabel distribusi t. Dengan $\alpha=0,05$, $df=n-k-1=75-2-1=72$, diperoleh nilai t_{tabel} sebesar $\pm 1,669$. Diketahui bahwa t_{hitung} untuk X_1 sebesar 6,342 > nilai t_{tabel} 1,669, maka H_0 ditolak artinya keunggulan bersaing dipengaruhi secara signifikan oleh Orientasi Pasar para pengusaha kaos di sentra Suci Bandung.

b. Pengujian Hipotesis Parsial Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing

Dengan menggunakan SPSS 20, diperoleh hasil uji hipotesis parsial Jiwa Kewirausahaan (X_2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y) sebagai berikut.

Tabel 4.5
Koefisien Uji Hipotesis Parsial Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing
Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	11,075	,000
	JIWA KEWIRAUSAHAAN	4,596	,000

a. Dependent Variable: KEUNGGULAN BERSAING

- $H_0 : \beta_1 = 0$ Keunggulan Bersaing tidak dipengaruhi secara signifikan oleh Jiwa Kewirausahaan
- $H_{11} : \beta_1 \neq 0$ Keunggulan Bersaing dipengaruhi secara signifikan oleh Jiwa Kewirausahaan

Berdasarkan hasil analisis diketahui nilai t_{hitung} untuk variabel Jiwa kewirausahaan sebesar 4,596. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tabel distribusi t. Dengan $\alpha=0,05$, $df=n-k-1=75-2-1=73$, diperoleh nilai t_{tabel} sebesar $\pm 1,669$. Diketahui bahwa t_{hitung} untuk X_2 sebesar $4,596 >$ nilai t_{tabel} 1,669, maka H_0 ditolak artinya Keunggulan Bersaing para pengusaha kaos di Sentra Suci Bandung dipengaruhi secara signifikan oleh Keunggulan Bersaing .

c. Pengujian Hipotesis Simultan Orientasi Pasar dan Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu pengaruh dari Orientasi Pasar dan Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing secara simultan digunakan uji F.

- $H_0 ; \beta_1, \beta_2 = 0$, Keunggulan Bersaing tidak dipengaruhi secara simultan oleh orientasi pasar dan Jiwa Kewirausahaan
- $H_1 ; \beta_1, \beta_2 \neq 0$, Keunggulan Bersaing dipengaruhi secara simultan oleh orientasi pasar dan Jiwa Kewirausahaan

Hasil uji F berdasarkan pengolahan SPSS disajikan pada tabel 4.4 berikut :

Tabel 4.4
Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		F	Sig.
1	Regression	59,129	,000

a. Dependent Variable: KEUNGGULAN BERSAING

Dari tabel 4.4, diperoleh nilai F hitung sebesar 59,129. Karena nilai F hitung $59,129 >$ F tabel untuk $n = 75 = 3,160$, maka H_0 ditolak. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa keunggulan bersaing para pengusaha kaos di sentra Suci Bandung secara simultan dan signifikan dipengaruhi oleh Orientasi Pasar dan Jiwa.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul pengaruh orientasi pasar dan jiwa kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada sentra kaos suci Bandung, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Orientasi pasar yang didalamnya diukur melalui 3 indikator, yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi antar fungsi telah baik dilakukan oleh para pemilik usaha di sentra kaos suci Bandung. Dari ketiga indikator tersebut terdapat indikator dengan skor tanggapan responden yang tertinggi yaitu koordinasi antar fungsi. Hal tersebut berarti para pemilik usaha yang dijadikan responden telah baik dalam hal koordinasi dengan seluruh anggota organisasi, baik itu sesama pengusaha maupun karyawan yang bekerja dalam usahanya .Disamping itu adapula indikator yang memiliki skor terendah dalam variabel ini yaitu orientasi pelanggan, hal tersebut menjelaskan para pengusaha di sentra kaos suci Bandung belum maksimal dalam hal pengamatan keinginan dan kebutuhan pelanggan.
2. Jiwa Kewirausahaan yang didalamnya diukur melalui 4 indikator, yaitu percaya diri, inisiatif, jiwa kepemimpinan dan suka tantangan telah dimiliki oleh para pemilik usaha di sentra kaos suci Bandung. Dari keempat indikator tersebut terdapat indikator dengan skor tanggapan responden yang tertinggi yaitu suka tantangan. Hal tersebut berarti para pemilik usaha yang dijadikan responden telah memiliki jiwa yang suka tantangan untuk memperluas usahanya lebih lanjut .Disamping itu adapula indikator yang memiliki skor terendah dalam variabel ini yaitu percaya diri, hal tersebut menindikasikan para pengusaha di sentra kaos suci Bandung perlu lebih memaksimalkan kembali rasa percaya diri untuk memasarkan dan menjual produknya.
3. Keunggulan bersaing yang didalamnya diukur melalui 3 indikator, yaitu keunikan produk, kualitas produk dan harga besaing memiliki oleh para pemilik usaha di sentra kaos suci Bandung. Dari ketiga indikator tersebut terdapat indikator dengan skor tanggapan responden yang tertinggi yaitu harga yang bersaing. Hal tersebut berarti para pemilik usaha yang dijadikan responden berupaya terus menekan harga yang lebih rendah dibanding perusahaan lain agar dapat terus bersaing. Disamping itu adapula indikator yang memiliki skor terendah dalam variabel ini yaitu keunikan produk, hal tersebut menindikasikan para pengusaha di sentra kaos suci Bandung perlu lebih menciptakan kembali produk yang memiliki keunikan tersendiri yang tidak atau belum dimiliki oleh perusahaan lain.
4. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa orientasi pasar dan jiwa kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini didasarkan pada hasil uji verifikatif yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kedua variabel independen yaitu orientasi pasar dan jiwa kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing di sentra kaos Suci Bandung. Berdasarkan hasil uji kolerasi dapat dikatakan bahwa orientasi pasar memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap keunggulan bersaing jika dibandingkan dengan jiwa kewirausahaan dikarenakan keunggulan bersaing di sentra kaos Suci Bandung kebanyakan dibentuk oleh faktor – faktor pasar secara menyeluruh.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis yang berjudul Pengaruh Orientasi Pasar dan Jiwa Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra industri kaos suci Bandung, maka penulis memberikan sedikit masukan agar dapat diterima, yang antara lain adalah sebagai berikut :

1. Penerapan orientasi pasar di sentra kaos suci Bandung terbilang sudah baik, namun terlebih lagi hal yang disarankan untuk ditingkatkan oleh para pemilik usaha di sentra kaos suci Bandung adalah dengan peningkatan orientasi pelanggan yang dalam artian terus menganalisa bagaimana perubahan keinginan dan kebutuhan konsumen secara menyeluruh, sehingga mampu menaikkan tingkat keunggulan bersaing perusahaan
2. Jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh para pengusaha di sentra kaos suci Bandung terbilang sudah baik, namun terlebih lagi hal yang disarankan untuk ditingkatkan oleh para pemilik usaha di sentra kaos suci Bandung adalah dengan peningkatan kepercayaan diri dalam memasarkan produknya kepada konsumen, sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan perusahaan
3. Keunggulan bersaing usaha di sentra kaos suci Bandung terbilang sudah baik, namun terlebih lagi hal yang disarankan untuk ditingkatkan oleh para pemilik usaha di sentra kaos suci Bandung adalah dengan peningkatan keunikan produk agar dapat menarik minat beli konsumen lebih banyak lagi terhadap produk yang dihasilkan
4. Pengaruh antara ketiga variabel sudah memiliki keterkaitan yang signifikan terhadap keunggulan bersaing dan orientasi pasar memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keunggulan bersaing, pada saat inilah para pemilik toko di sentra kaos suci Bandung lebih dapat membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan agar keunggulan bersaing usaha dapat terus tinggi dan maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Asep Suryana Natawiria dan Riduwan (2010) Statistika Bisnis. Bandung: Alfabeta
- Azwar, Saefuddin 1999. Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Sigma Alpha
- Cooper, D.R. dan C.W. Emory, 2000. Metode Penelitian Bisnis, Edisi Kelima, alih bahasa Widjono Soetjipto, Jakarta: Erlangga
- Creven, David W Dan Piercy, Nigel.F (2009) Strategic Marketing 10th Edition. New York: Mcgraw-Hill International Edition
- Gurajati Damodar, 2005 Ekonometrika Dasar. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Gusti Ruzayda Eka Hapsar, Djumilah Hadiwidjojo, Armanu. 2014. Pengaruh pembelajaran Organisasional, Orientasi pasar dan Inovasi Organisasi terhadap keunggulan bersaing (Studi pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Malang Raya, Jurnal Aplikasi Manajemen, Vol 12, no 1.
- Husein Umar 2003. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka
- Nana Sujana, 1982. Metode Statistika, Bandung: Tarsito
- Nazir, 1998. Metode Penelitian, Bogor:Ghalia Indonesia
- Sugiono 2003. Metode Penelitian Bisnis. Edisi 1, Bandung: Alfabeta
- Sugiono 2006. Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R&D: Bandung: Alfabeta

- Sugiono 2009. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D: Bandung: Alfabeta
- Suryana. 2003. Kewirausahaan: Pedoman praktis, kiat dan proses menuju sukses Edisi Revisi. Jakarta: Salemba Empat
- Tribuana Dewi, Sensi 2006. Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran, Thesis Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang.
- Umi Narimawati, 2008. Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif. Teori Dan Aplikasi: Bandung : Agung Media
- Valenzuela O, Moran P, Gomez A, Et Al (2007) Epidemiology Of Amoebic Liver Abscess In Mexico: The Case Of Sonora. Ann Trop Med Parasitol: P 101(6):533-8