

**KINERJA USAHA SEBAGAI DAMPAK DARI ORIENTASI PASAR
MELALUI KEUNGGULAN BERSAING
(SURVEI PADA SENTRA PENGOLAHAN LIMBAH GARMENT TASIKMALAYA)**

Syarah Syafira Al-Kubra¹, Rizki Zulfikar²

syarah.syafira@gmail.com¹, rizki_zoel@yahoo.com²

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Komputer Indonesia

ABSTRACT

The paper of this study was conducted to determine : respondents responses regarding Market Orientation to Business Performance Through Competitive Advantage at Garment Waste Treatment Center Tasikmalaya. The reseacrh method used is descriptive and verification, with slovin formula sample technique where the total population of 135 craftsmen and a total sample of 60 craftsmen. The analysis technique used is path analysis. The results obtained in the study stated that Market Orientation is included in good classification, Competitive Advantage is included in good classification, Business Performance is included in good classification, and Market Orientation has significant and positive effect on Business Performance through Competitive Advantage in the Tasikmalaya Waste Treatment Center.

Keyword : Market Orientation, Business Performance, Competitive Advantage

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui: tanggapan responden mengenai Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha melalui Keunggulan Bersaing pada Sentra Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya. Metode penelitian yang digunakan ialah deskriptif dan verifikatif, dengan teknik sample rumus slovin dimana jumlah populasi sebesar 135 pengrajin dan jumlah sampel sebanyak 60 pengrajin. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis jalur. Hasil yang diperoleh dalam penelitian menyatakan bahwa Orientasi Pasar termasuk dalam klasifikasi baik, Keunggulan Bersaing termasuk dalam klasifikasi baik, Kinerja Usaha termasuk dalam klasifikasi baik, dan Orientasi Pasar berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kinerja Usaha melalui Keunggulan Bersaing pada Sentra Pengolahan Limbah Tasikmalaya.

Kata kunci : Orientasi Pasar, Kinerja Usaha, dan Keunggulan Bersaing.

PENDAHULUAN

Dewasa ini, organisasi bisnis yang bersifat mandiri, yaitu Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu penggerak pertumbuhan perekonomian di Indonesia. UKM memiliki peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, karena selain memberi kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, juga dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Keberadaan industri kecil mesti dipertahankan dan dikembangkan agar terus berperan dalam menghidupkan ekonomi masyarakat. Selain itu perhatian pemerintah terutama terhadap industri kecil yang masih dalam keterbatasan harus didukung agar tetap berkembang dalam membantu peningkatan pertumbuhan ekonomi bangsa. Dengan demikian kedudukan industri kecil ditengah-tengah kehidupan masyarakat dapat membantu menyerap banyak tenaga kerja.

Salah satu faktor yang menentukan kinerja usaha adalah *market orientation* (orientasi pasar). Perusahaan yang berfokus pada orientasi pasar dan menjadikan pelanggan dan pesaing merupakan kiblat bagi perusahaan untuk menjalankan bisnisnya. Pada umumnya, pelanggan mengharapkan produk sesuai dengan kegemaran mereka. Bagi perusahaan, keberhasilan dalam memperhatikan keinginan pelanggan, selangkah lebih maju dibandingkan dengan pesaing. Hal ini membuat perusahaan semakin mengenali peluang tentang selera pelanggannya.

Dalam penelitian ini penulis memilih unit analisis di salah satu industri yang berada di kota Tasikmalaya yaitu Sentra Pengolahan Limbah Garment yang berada di JL Leuwianyar kel. Sukamanah Kec. Cipedes adalah sebuah perkumpulan para pengrajin yang merupakan produsen memproduksi dalaman dari bahan yang limbah garment yg masih layak untuk digunakan. Dalaman yang di produksi antara lain memproduksi seperti dalaman untuk bayi hingga dewasa.

Permasalahan yang dihadapi oleh Sentra Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya adalah, para pengrajin Sentra Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya tidak menerapkan orientasi pasar dengan baik, seperti tidak menerima desain sesuai dengan keinginan konsumen. Dan pada Sentra Pengolahan Limbah Garment ini bermasalah pada keunggulan bersaing seperti pada kualitas produk yang tidak menggunakan bahan baku bermutu tinggi. Dan pada kinerja usaha mengalami penurunan pada pertumbuhan penjualan dari 4 tahun belakang dan mengalami penurunan tenaga kerja.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan dari latar belakang penelitian yang dikemukakan oleh penulis diatas, maka penulis mencoba merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini. Rumusan masalahnya antara lain sebagai berikut:

1. Bagaimana Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Pengolahan Limbah Garment Babakan Tasikmalaya.
2. Bagaimana Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Pengolahan Limbah Garment Babakan Tasikmalaya.
3. Bagaimana Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Pengolahan Limbah Garment Babakan Tasikmalaya.
4. Bagaimana Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Pengolahan Limbah Garment Babakan Tasikmalaya melalui Keunggulan Bersaing.

MAKSUD PENELITIAN

Penelitian ini dimaksudkan untuk pengumpulan data, fakta dan informasi yang diperlukan sebagaimana yang di gambarkan dalam rumusan masalah yang mengenai Orientasi Pasar

terhadap Kinerja Usaha melalui Keunggulan Bersaing pada pengrajin Sentra Pengolahan Limbah Garment Babakan Tasikmalaya.

KAJIAN PUSTAKA

ORIENTASI PASAR

Menurut **Rizki Zulfikar (2018:292)** mengemukakan pernyataan penting tentang orientasi pasar:

“Market orientation viewed as the most impactful and efficient organizational culture in shaping the behaviors necessary for the creation of superior value for buyers and this continuously making superior performance for business.”

Dapat diartikan sebagai berikut : Orientasi pasar dilihat sebagai budaya organisasi yang berdampak pada efisien untuk membentuk perilaku untuk menciptakan nilai unggul bagi para pembeli dengan cara tersebut secara keseluruhan membuat kinerja bisnis yang unggul.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh **Rizkir Zulfikar, dkk (2018)** terdapat 3 indikator dari orientasi pasar, yaitu :

- a. Orientasi Pelanggan
- b. Orientasi Pesaing

KEUNGGULAN BERSAING

Menurut **Delta dan Paulus (2017:60)** Strategi Porter menjelaskan bahwa keunggulan bersaing (*competitive advantage*) ialah jantung kinerja bisnis untuk menghadapi persaingan. Keunggulan bersaing yang mengartikan sebagai strategi dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya.

Indikator keunggulan bersaing menurut **Heri Setiawan (2012:14)** ada tiga, yaitu :

- a. Keunikan produk
Perusahaan berusaha untuk menuangkan hasil ide-ide sehingga menciptakan sesuatu yang berbeda atau unik dari pesaing hingga bisa menjadi daya tarik bagi konsumen.
- b. Kualitas produk
Perusahaan harus bisa memilih bahan baku yang berkualitas tinggi dapat menghasilkan produk yang berkualitas dibandingkan dengan pesaing.
- c. Harga bersaing
Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk yang mampu bersaing dalam harga.

KINERJA USAHA

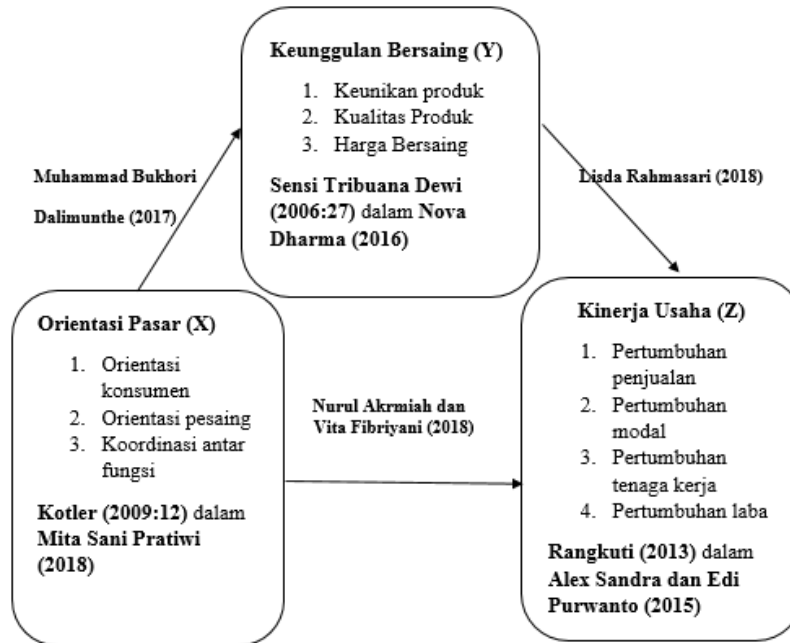
“Kinerja usaha dapat diukur oleh gabungan dari faktor-faktor eksternal dan internal dalam sebuah organisasi. Kedua faktor tersebut digabungkan dalam sebuah analisis SWOT, dimana faktor internal mewakili *Strengths*, dan *Weaknesses*. Sedangkan faktor eksternal mewakili *Opportunities*, dan *Threat*. Adapun indikator kinerja usaha menurut **Alex dan Edi (2015:101)** adalah pertumbuhan penjualan, modal, tenaga kerja, pemasaran, dan laba.”

Menurut **Novy Anjar Muslikah, dkk (2018:4)** “kinerja usaha industri dipengaruhi oleh berbagai faktor. Kinerja usaha adalah salah satu tujuan dari setiap industri. Kinerja usaha industri kecil dapat disimpulkan tingkat keberhasilan pada pencapaian yang dimaksud atau tujuan yang diharapkan.”

Indikator yang dikembangkan oleh **Alex dan Edi (2015:101)** ada beberapa, diantaranya adalah :

- a. Pertumbuhan penjualan
- b. Pertumbuhan modal
- c. Pertumbuhan tenaga kerja
- d. Pertumbuhan laba

KERANGKA PEMIKIRAN



GAMBAR 1. PARADIGMA PENELITIAN

HIPOTESIS

Hipotesis pada penelitian ini ialah :

H1 : Diduga Orientasi Pasar memiliki pengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Pengolahan Limbah Garment Babakan Tasikmalaya.

H2 : Diduga Keunggulan Bersaing memiliki pengaruh terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Pengolahan Limbah Garment Babakan Tasikmalaya.

H3 : Diduga Orientasi Pasar memiliki pengaruh terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Pengolahan Limbah Garment Babakan Tasikmalaya.

H4 : Diduga Keunggulan Bersaing memediasi hubungan antara Orientasi Pasar dengan Kinerja Usaha pada Sentra Pengolahan Limbah Garment Babakan Tasikmalaya.

OBJEK PENELITIAN

Objek penelitian menurut **Sugiyono (2011:32)** "objek penelitian ialah suatu atribut atau sifat, nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan."

Dalam penelitian ini, objek penelitian yang dipilih adalah Kinerja Usaha sebagai dampak dari Orientasi Pasar melalui Keunggulan Bersaing pada perngrajin Sentra Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya.

Objek dalam penelitiain ini adalah Orientasi Pasar adalah variabel independent atau variabel bebas. Sedangkan Kinerja Usaha adalah variabel dependent atau variabel terikat. Dan Keunggulan Bersaing sebagai variabel intervening atau variabel perantara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini membahas tentang Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha melalui Keunggulan Bersaing. Objek penelitian yang peneliti teliti sebanyak 3 variabel. (1) Orientasi Pasar adalah variabel independent, atau variabel bebas; (2) Kinerja Usaha adalah variabel dependent atau biasa disebut variabel terikat; (3) Keunggulan Bersaing adalah variabel intervening atau disebut variabel perantara.

Unit analisis yang dipilih oleh peneliti adalah pengrajin pada Sentra Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang lebih 4 bulan. Populasi pada penelitian ini adalah pengrajin Sentra Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya Babakan Tasikmalaya yang berjumlah 135 pengrajin. Sedangkan sampel pada penelitian ini sebesar 60 pengrajin pada Sentra Pengolahan Limbah Garment Babakan Tasikmalaya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing

Dalam analisis jalur sub struktur pertama yang terdiri dari variabel independen dan variabel intervening. Dengan menggunakan IBM SPSS 20.0 diperoleh hasil koefisien sub pertama yaitu sebagai berikut:

**TABEL 1. KOEFISIEN JALUR
SUB STRUKTUR PERTAMA**

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.216	2.447		5.811	.000
	Orientasi Pasar	.157	.055	.348	2.827	.006

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

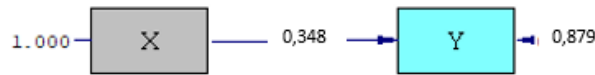
Pada tabel 1 diatas, hasil perhitungan tersebut maka dapat diinterpretasikan, dapat dilihat koefisien jalur (P_{XY}) yang didapat adalah sebesar 0.348 dan bertanda positif yang menunjukkan hubungan yang terjadi diantara Orientasi Pasar dan Keunggulan bersaing searah, dapat diartikan semakin baik Orientasi Pasar yang diterapkan oleh para pengrajin, maka dapat meningkatkan daya saing antar pengrajin.

**TABEL 2. KOEFISIEN JALUR
STRUKTUR PERTAMA**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.348 ^a	.121	.106	2.581

a. Predictors: (Constant), Orientasi Pasar

Perhitungan koefisien determinasi dari analisis jalur, bisa dilihat nilai R -square yaitu 0.121 atau 12.1%. Dimana dapat diartikan, bahwa variabel Orientasi Pasar memberikan kontribusi sebesar 12.1% terhadap variabel Keunggulan Bersaing. sedangkan sisanya yaitu $1 - 0.121 = 0.879$ atau 87.9% dipengaruhi oleh variabel lain. Sehingga diperoleh persamaan jalur untuk sub jalur struktur pertama adalah :



GAMBAR 2. DIAGRAM JALUR MODEL PERTAMA

Untuk membuktikan apakah Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada pengrajin Sentra Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya, maka dilakukan pengujian hipotesis dengan rumusan hipotesis sebagai berikut :

- $H_0: \rho_{XZ} = 0$: Orientasi Pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada pengrajin Sentra Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya.
- $H_1: \rho_{XZ} \neq 0$: Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada pengrajin Sentra Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya.

Berdasarkan **TABEL 1** menjelaskan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka dapat diartikan bahwa Orientasi Pasar berpengaruh signifikan pada Keunggulan Bersaing pada pengrajin Sentra Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya. Hal tersebut dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$.

2. Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Usaha

Pada tahap pertama dalam melakukan analisis jalur yaitu mencari koefisien jalur untuk mengetahui pengaruh dari Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya. Dari hasil pengolahan data diperoleh hasil analisis korelasi antar variabel sebagai berikut :

TABEL 3. HASIL ANALISIS KORELASI

		Orientasi Pasar	Keunggulan Bersaing	Kinerja Usaha
Orientasi Pasar	Pearson Correlation	1	.348**	.531**
	Sig. (2-tailed)		.006	.000
	N	60	60	60
Keunggulan Bersaing	Pearson Correlation	.348**	1	.547**
	Sig. (2-tailed)	.006		.000
	N	60	60	60
Kinerja Usaha	Pearson Correlation	.531**	.547**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 3 diatas menjelaskan hasil analisis korelasi antar variabel. Dari hal tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai korelasi yang diperoleh antara Orientasi Pasar dengan Kinerja Usaha adalah sebesar 0,531. Nilai korelasi bertanda positif, yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah.
- Nilai korelasi yang diperoleh antara Orientasi Pasar dengan Keunggulan Bersaing adalah sebesar 0,348. Nilai korelasi bertanda positif, yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah.
- Nilai korelasi yang diperoleh antara Keunggulan Bersaing dengan Kinerja Usaha adalah sebesar 0,547. Nilai korelasi bertanda positif, yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah.

Pada sub struktur yang kedua, variabel Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing ialah sebagai variabel eksogen (bebas) dan Keunggulan Bersaing sebagai variabel endogen (terikat). Selanjutnya, untuk menguji Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Usaha ditempuh dengan langkah-langkah sebagai berikut :

TABEL 4. KOEFISIEN JALUR SUB STRUKTUR KEDUA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.657 ^a	.432	.412	1.692

a. Predictors: (Constant), Keunggulan Bersaing, Orientasi Pasar

Berdasarkan **Tabel 4** diatas, diketahui bahwa nilai koefisien jalur yang diperoleh variabel Orientasi Pasar adalah sebesar 0,387, sedangkan koefisien jalur untuk Keunggulan Bersaing sebesar 0,413. Dari kedua nilai tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur untuk variabel Keunggulan Bersaing lebih tinggi jika dibandingkan dengan nilai koefisien jalur Orientasi Pasar. Untuk lebih jelasnya, berikut disajikan nilai koefisien determinasi:

TABEL 5. KOEFISIEN DETERMINASI

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.951	2.017		2.455	.017
	Orientasi Pasar	.141	.039	.387	3.635	.001
	Keunggulan Bersaing	.333	.086	.413	3.875	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Berdasarkan **Tabel 5** Perhitungan koefisien determinasi dari analisis jalur, diketahui nilai R-square yaitu 0,432 atau 43,2%. Dimana dapat diartikan, bahwa variabel Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing memberikan kontribusi sebesar 43,2% terhadap variabel Kinerja Usaha. Sisanya sebesar 0,568 atau 56.8% merupakan pengaruh atau kontribusi dari faktor yang tidak diteliti.

Melalui diagram jalur tersebut selanjutnya dihitung besar pengaruh dari masing-masing variabel sebagai berikut :

1. Pengaruh Variabel Z terhadap Y

Pengaruh Z terhadap Y secara langsung	$= P_{YZ}^2 (0,413)$	$= 0,170$
Pengaruh Z terhadap Y melalui X	$= P_{YZ} \cdot P_{XZ} \cdot P_{YX}$	$= 0,056+$
Pengaruh Total		$= 0,226$

2. Pengaruh Variabel X terhadap Y

Pengaruh X terhadap Y secara langsung	$= P_{YX} \cdot P_{YX} (0,387)$	$= 0,150$
Pengaruh X terhadap Y melalui Z	$= P_{ZY} \cdot P_{YX} \cdot P_{ZX}$	$= 0,056+$
Pengaruh Total		$= 0,206$

3. Total Pengaruh

Pengaruh Z terhadap Y	$= \sum P_{YZ}$	$= 0,226$
Pengaruh X terhadap Y	$= \sum P_{YX}$	$= 0,206+$
Pengaruh Total		$= 0,432$

Dari hasil perhitungan diatas, diketahui bahwa dari total kontribusi sebesar 41,3% ternyata sebesar 0,206 atau 20,6% diberikan oleh variabel Orientasi Pasar dan dari variabel Keunggulan Bersaing sebesar 0,226 atau 22,6% sehingga dapat diketahui bahwa variabel Keunggulan Bersaing memberikan kontribusi paling dominan terhadap Kinerja Usaha. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Setyawati,et al (2012) bahwa keunggulan kompetitif yang telah didapat berpengaruh dalam peningkatan kinerja usaha.

Pengujian Hipotesis X Terhadap Z

- $H_0: \rho_{yx} = 0$: Orientasi Pasar tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha pada pengrajin Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya.
- $H_1: \rho_{yx} \neq 0$: Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha pada pengrajin Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya.

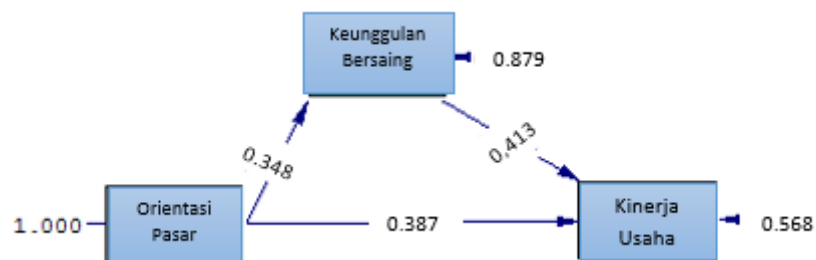
Berdasarkan **TABEL 4** menjelaskan bahwa H_0 di tolak dan H_1 di terima. Oleh karena itu, bisa disimpulkan bahwa variabel Orientasi Pasar (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Usaha (Z) pada Pengrajin Sentra Pengolahan Limbah Garment. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana t_{hitung} sebesar 3,635 berada diluar t_{tabel} sebesar 2,002.

Pengujian Hipotesis Y Terhadap Z

- $H_0: \rho_{yx} = 0$: Keunggulan Bersaing tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha pada pengrajin Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya.
- $H_1: \rho_{yx} \neq 0$: Keunggulan Bersaing berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha pada pengrajin Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya.

Berdasarkan **TABEL 4** menjelaskan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Oleh karena itu, dapat diartikan bahwa variabel Keunggulan Bersaing (Y) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Usaha (Z) pada Pengrajin Sentra Pengolahan Limbah Garment. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana t_{hitung} sebesar 3,875 berada diluar t_{tabel} sebesar 2,002.

3. Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha melalui Keunggulan Bersaing



GAMBAR 3. DIAGRAM JALUR MODEL KEDUA

Besarnya pengaruh tidak langsung dari Orientasi Pasar (X) terhadap Kinerja Usaha (Z) melalui Keunggulan Bersaing (Y) diperoleh dari hasil Uji Efek Mediasi dengan menggunakan rumus VAF yang ditemukan oleh Preacher dan Hayes (2008) adalah sebagai berikut :

Dari hasil perhitungan VAF diatas didapat hasil mengenai Orientasi Pasar (X) terhadap Kinerja Usaha (Z) melalui Keunggulan Bersaing (Y) yaitu sebesar 0,435 atau 43.5%. Dapat diartikan bahwa variabel Keunggulan Bersaing diartikan sebagai variabel mediasi parsial (*partial mediation*).

$$z = \frac{PXZ \cdot PZY}{\sqrt{(PZY^2 \cdot SEa^2) + (PXZ^2 \cdot SEb^2)}}$$

$$z = \frac{0,348 \cdot 0,413}{\sqrt{(0,413^2 \cdot 0,039^2) + (0,348^2 \cdot 0,086^2)}}$$

$$z = 3,780$$

Untuk melihat signifikansi dari pengaruh intervening dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan sobel test (Ghozali, 2011) sebagai berikut :

$$VAF = \frac{\text{pengaruh tidak langsung}}{\text{pengaruh tidak langsung} + \text{pengaruh langsung}}$$

$$VAF = \frac{0,348}{0,387 + 0,413}$$

$$VAF = \frac{0,445}{0,8}$$

$$VAF = 0,435 \text{ atau } 43,5\%$$

Dengan memasukan nilai *Unstandardized Coefficient B (ab)* dan *Std.error (S_{ab})* dari hasil *output SPSS* nya masing-masing diperoleh nilai sobel test sebesar 3,780 dengan *sig.(p-value)* sebesar 0,001. Dikarenakan nilai sobel test hitung lebih besar dari nilai *t_{tabel}* (3,4389 > 2.002) dan nilai signifikansi 0,001 < 0,05 maka H₀ ditolak dan H₁ diterima, artinya Terdapat pencapaian Kinerja Usaha yang dibentuk secara signifikan oleh Orientasi Pasar melalui Keunggulan Bersaing pada Sentra Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Kinerja Usaha dampak dari Orientasi Pasar melalui Keunggulan Bersaing (Survei pada Sentra Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Orientasi Pasar pada Sentra Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya termasuk dalam klasifikasi baik. Seperti yang terlihat pada tabel rekapitulasi dan setiap indikator berada pada kategori baik.
2. Keunggulan Bersaing yang dilakukan pada Sentra Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya berada pada klasifikasi baik. Seperti yang terlihat pada tabel rekapitulasi dimana setiap indikator berada pada kategori baik. Namun masih ada beberapa yang menjadi masalah seperti pada indikator Keunikan Produk yang klasifikasinya masih cukup baik.
3. Kinerja Usaha yang dilakukan pada Sentra Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya berada pada klasifikasi baik. Namun masih ada beberapa yang menjadi masalah seperti pada indikator Pertumbuhan Penjualan yang klasifikasinya masih cukup baik.

4. Orientasi Pasar berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kinerja Usaha melalui Keunggulan Bersaing pada Sentra Pengolahan Limbah Tasikmalaya.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat peneliti maka selanjutnya penulis memberikan saran yang diharapkan dapat berguna mengenai Kinerja Usaha dampak dari Orientasi Pasar melalui Keunggulan Bersaing (Survei pada Sentra Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya) :

1. Untuk Orientasi Pasar pada Sentra Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya dalam indikator orientasi pelanggan maupun orientasi pesaing sudah mempunyai klasifikasi yang baik. Namun, masih ada masalah yang menjadikan sentra tersebut kurang dalam menerapkan orientasi pasar. Yaitu tidak berfokusnya terhadap pelanggan. Salah satu contohnya tidak menerima desain sesuai dengan keinginan konsumen. Sebaiknya, untuk menjadikan pelanggan loyal, disediakan pula bahan baku yang baru tidak hanya mengandalkan bahan baku limbah garment saja. Dengan begitu, pelanggan akan lebih tertarik untuk loyal.
2. Untuk Keunggulan Bersaing pada Sentra Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya dalam indikator kualitas produk berada pada kriteria cukup baik. Oleh karena itu, sebaiknya Sentra Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya ini dapat melakukan perbaikan pada kualitas produk yang dihasilkan. Karena produk yang dihasilkan sangat fatal bila kualitas kurang baik.
3. Kinerja Usaha pada Sentra Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya dalam indikator pertumbuhan penjualan yang dialami sedang penurunan diakibatkan penjualan produk dari tahun 2015-2018 mengalami penurunan. Penjualan produk yang menurun disebabkan beberapa faktor, diantaranya kedua masalah diatas. Dengan begitu, sebaiknya pada sentra ini mengadakan perbaikan keseluruhan untuk meningkatkan lagi penjualan produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akramiah, Nurul dan Vita Fibriyani. 2018. "Pengaruh Orientasi Wirausaha dan Orientasi Pasar Terhadap Produktivitas Melalui Kinerja Usaha Mikro Kota Pasuruan". Universitas Widyagama Malang. 12 September 2018. ISSN : 2622-1276 (cetak), ISSN : 2622-1284 (online).
- Arbawa, Delta Lexi dan Paulus Wardoyo. "Keunggulan Bersaing : Berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Kabupaten Kendal)". Jurnal Program Studi Magister Manajemen. Universitas Semarang. ISSN : 1979-4800 (cetak), ISSN : 2580-8451 (online).
- Dalimunthe, Muhammad Bukhori. 2017. "Keunggulan Bersaing melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk". Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen. Vol 3 No.1 2017. ISSN : 2407-2648 (Print), ISSN : 2407-263X (Online).
- Haritini, Sri. 2013. "Hubungan Orientasi Pasar, Strategi Bersaing, Kewirausahaan Korporasi dan Kinerja Perusahaan". Jurnal Ekonomi dan Keuangan. Vol. 17, no. 1, Maret 2013. ISSN : 1411-1393.
- Muslikah, Novy Anjar, dkk. 2018. "Pengaruh Kompetensi Entrepreneurial, Strategi Kewirausahaan dan Modal Sosial Terhadap Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan dengan Kinerja Usaha (Pengusaha) Sebagai Variable Intervening (Studi Kasus pada UKM Mebel di Desa Kembang Kab. Jepara)". Universitas Pandanarana Semarang.

- Rahmasari, Lisda. 2018. "Analisis Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing serta Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan Freight Forwarding". *Jurnal Saintek Maritim*. Vol. XVIII Nomor 1. September 2018.
- Sandra, Alex dan Edi Purwanto. 2015. "Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah di Jakarta". *Jurnal Manajemen Bisnis*. Universitas Bunda Mulia. Vol. 11, No. 1 Maret 2015.
- Zainul, Mohammad, dkk. 2016. "*The Effect of Market Orientation Toward Organizational Learning, Innovation, Competitive Advantage, and Corporate Performance (A Study at SME Sasirangan in South Kalimantan)*". *Journal of Administrative Sciences and Policy Studies*. University of Brawijaya Malang. Vol. 4, No. 1, Juni 2016. ISSN : 2372-5109 (Print), ISSN : 2372-5117 (Online).
- Zulfikar, Rizki, dkk. 2018. "*Marketing Performance Influenced by Market Orientation Through Value creation*". Sitasi Dosen.