BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Sentra Keripik Singkong Pedas Cimahi adalah sentra industri yang memproduksi dan menjual produk-produk cemilan keripik Pedas. Jenis produk yang dihasilkan semua berbahan dasar dari singkong

4.1.1. Sejarah Perusahaan

Sentra Keripik Singkong Pedas di Cimahi merupakan salah satu produk unggulan yang terdapat di kota Cimahi. Sentra Industri Keripik Pedas yang lazim disebut 'Kripik Setan' itu berada di Jl. Kademangan, Setiamanah, Cimahi Tengah, Kota Cimahi. Usaha kripik singkong ini sudah ada sejak tahun 1990-an. Fokus sentra ini adalah memproduksi keripik, Seiring dengan berjalannya waktu dan permintaan pasar yang meningkat akan cemilan pedas maka dalam kurun waktu 2007-2014 banyak warga lain yang mulai mengikuti untuk membuat usaha keripik singkong pedas, sehingga pada tahun 2011 Pemkot Cimahi meresmikan daerah ini sebagai Sentra Keripik Pedas dengan membentuk sebuah struktur organisasi guna mengawasi segala kegiatan usaha yang berlangsung.

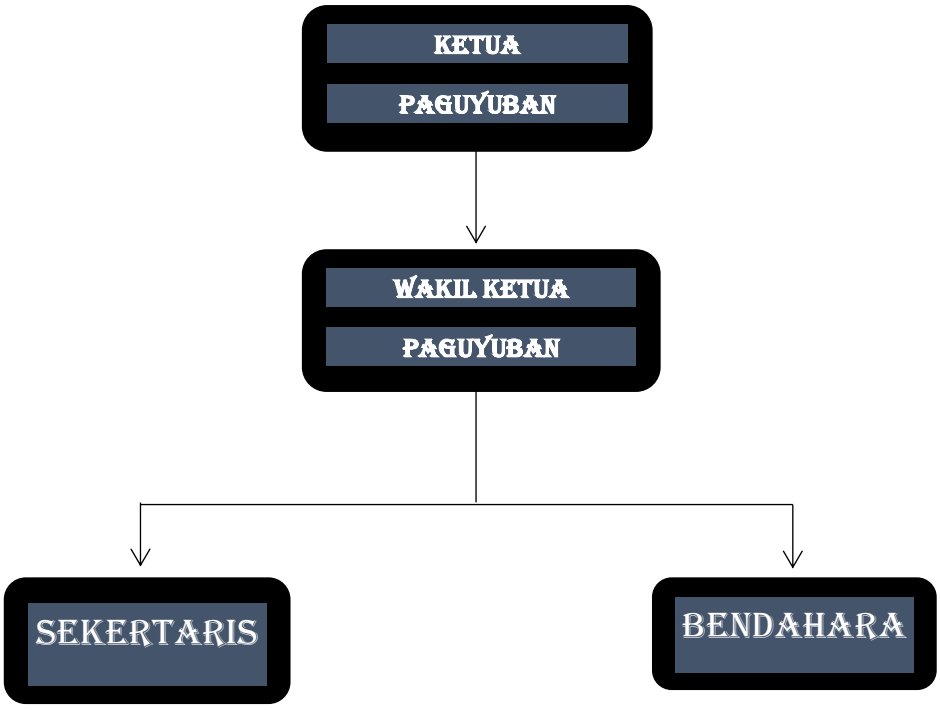
Di Sentra Keripik Singkong Pedas ini terdapat 30 pelaku usaha yang merupakan penduduk di sekitaran Jalan Kademangan Setiamanah Kecamatan Cimahi Tengah, Kota Cimahi

4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan merupakan suatu kerangka organisasi yang merupakan tugas, wewenang dan tanggung jawab yang harus dilakukan oleh segenap unsur organisasi itu sendiri, dalam rangka mencapai suatu tujuan perusahaan yang telah digariskan sebelumnya.

Dengan adanya struktur organisasi yang baik, maka akan tercipta kerja sama dan hubungan kerja yang serasi antar anggota organisasi dan antar bagian dalam organisasi. Adapun struktur organisasi yang terdapat pada Sentra Keripik Singkong Pedas Cimahi adalah sebagai berikut:

Struktur Organisasi Sentra Keripik Singkong Pedas Cimahi



Sumber: Sentra Keripik singkong Pedas Cimahi

Gambar 4.1.
Struktur Organisasi Sentra Keripik Singkong Pedas Cimahi

4.1.2.1. Uraian Tugas

Pembagian tugas wewenang dan tanggung jawab dari jabatan-jabatan yang terdapat di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas adalah :

1. Ketua Paguyuban

   Tugas dan tanggung jawab ketua paguyuban adalah :

   a. Membuat konsep dan menandatangani proposal, mengurus perizinan Paguyuban
   b. Mengkordinir jalannya suatu pekerjaan semua anggota
   c. Memantau kegiatan yang dilaksanakan oleh masing-masing- masing pelaku usaha
   d. Membuat konsep, mengambil keputusan dan mempertanggung jawabkan tugas-tugas secara umum yang dilaksanakan semua pelaku usaha
   e. Menetapkan kebijakan pada Sentra Industri.

2. Wakil Paguyuban

   Tugas dan tanggung jawab wakil paguyuban adalah :

   a. Membantu tugas-tugas ketua paguyuban
   b. Membantu tugas dan kedudukan ketua paguyuban apabila berhalangan
   c. Melakukan wewenang ketua paguyuban apabila berhalangan
   d. Bersama sekertaris menandatangani surat-surat jeluar dan kedalam yang berkaitan dengan paguyuban apabila ketua paguyuban berhalangan
   e. Wakil ketua paguyuban dalam melaksanakan tugas dan wewenangnya bertanggung jawab kepada Ketua Paguyuban
   f. Memantau kinerja setiap pelaku usaha

3. Sekertaris

Memiliki tugas, wewenang dan tanggung jawab :

a. Mengerjakan secara administratif tentang hal-hal yang harus dicatat atau diolah secara administrative
b. Melakukan pencatatan segala keputusan atau kebijaksanaan yang telah ditetapkan oleh ketua hasil musyawarah
c. Mengurusi surat-surat, baik formil maupun nonformil yang dibutuhkan dalam Paguyuban
d. Membantu Ketua dan Wakil Ketua dalam mengendalikan kegiatan Paguyuban
e. Bersama Bendahara mengusahakan dan melengkapi peralatan yang dibutuhkan Paguyuban
f. Menyusun rumusan dan rancangan keputusan Paguyuban

4. Bendahara

Memiliki tugas, wewenang dan tanggung jawab :

a. Menampung, menyimpan, membukukan uang yang ada
b. Mengeluarkan uang yang dibutuhkan dalam pembiayaan yang telah disetujui oleh ketua
c. Bertanggung jawab terhadap keuangan yang ada.
d. Membuat laporan keuangan baik uang masuk maupun keluar
e. Memegang seluruh bukti pengeluaran.

4.2 Karakteristik Responden

Karaketiristik responden yang dibahas dalam penelitian ini dijabarkan dalam bentuk table dan sangat dibutuhkan untuk mengetahui latar belakang maupun gambaran dari keberadaan responden yang terlibat dalam penelitian yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendidikan. Dari hasil penyebaran kuesioner yang disebar kepada 30 pelaku usaha Sentra Keripik Singkong Pedas Cimahi.

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	**Laki-laki**	**22**	**73.3%**
2	Perempuan	8	26.7%
Total		**30**	**100%**

Sumber: Data hasil pengolahan kuesioner, 2019

Tabel 4.1 di atas merupakan hasil dari karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Data yang diperoleh melalui kuesioner yang diisi oleh responden menunjukan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 22 responden dengan persentase sebesar 73.3%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 8 responden dengan persentase sebesar 26.7%. Jadi dapat disimpulkan mayoritas responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini adalah laki-laki. Hal ini sangat masuk akal mengingat Sentra Keripik Singkong Pedas Cimahi dalam menjalankan kegiatan usahanya membutuhkan tenaga yang kuat dan kreatifitas yang tinggi serta dalam proses distribusi Keripik yang harus di distribusikan bisa berjumlah banyak dan laki-laki

mempunyai mental yang lebih kuat untuk menghadapi setiap tekanan pekerjaan serta membuat produk lebih variatif agar dapat bisa bersaing dipasaran.

Hal ini berkaitan dengan apa yang dipaparkan oleh Stellamaris Metekohy (2011:18) ”wirausaha pria lebih mandiri, berorientasi ke masa depan, dan kreatifitas dibandingkan dengan wirausaha wanita”.

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan Usia dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	15-25 Tahun	2	6.7%
2	**26-35 Tahun**	**21**	**70.0%**
3	36-45 Tahun	4	13.3%
4	>45 Tahun	3	10.0%
Total		**27**	**100%**

Sumber: Data hasil pengolahan kuesioner 2019

Tabel 4.2 diatas merupakan hasil dari karakteristik responden berdasarkan usia. data yang diperoleh melalui kuesioner yang diisi oleh responden menunjukan bahwa responden yang berusia antara 15-25 tahun sebanyak 2 responden dengan persentase sebesar 6.7%, yang berusia diantara 26-35 tahun sebanyak 21 responden dengan persentase sebesar 70.0%, yang berusia diantara 36-45 tahun sebanyak 4 responden dengan persentase sebesar 13.3%. dan yang berusia di atas 45 tahun sebanyak 3 responden dengan persentase sebesar 10.0%. Jadi dapat disimpulkan mayoritas responden berdasarkan usia dalam penelitian ini antara usia 26-35 tahun.

Hal ini menunjukan bahwa usia kerja di rentang usia 26-35 tahun adalah usia prouktif dalam menjalankan suatu usaha. Karena pada usia tersebut dianggap masih produktif untuk bekerja dan juga dianggap matang serta memiliki pengalaman dalam bekerja.

Hal ini berkaitan dengan apa yang telah dikemukakan oleh Budi Rismayadi (2015:14) dalam penelitiannya yang menyimpulkan bahwa "usia produktivitas kerja pegawai akan berpengaruh signifikan terhadap produktivitas pegawai tersebut"

3) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan Pendidikan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SMP	3	10.0%
2	**SMA/SMK**	**19**	**63.3%**
3	Sarjana	8	26.7%
Total		**30**	**100%**

Sumber: Data Hasil Pengolahan Kuesioner 2019

Tabel 4.3 diatas merupakan hasil dari karakteristik responden berdasarkan pendidikan. Data yang diperoleh melalui kuesioner yang diisi oleh responden menunjukan bahwa responden yang berpendidikan SMP sebanyak 3 responden dengan persentase sebesar 10.0%, kemudian yang berpendidikan SMA/SMK sebanyak 19 responden dengan persentase sebesar 63.3%, dan yang berpendidikan Sarjana sebanyak 8 responden dengan persentase sebesar 26.7%. Jadi dapat

disimpulkan mayoritas responden berdasarkan pendidikan dalam penelitian ini adalah SMA/SMK.

Para Pelaku usaha di sentra Keripik Singkong Pedas mayoritas memiliki latar pendidikan SMK dan SMA hal ini dikarenakan setelah lulus sekolah rata-rata para pelaku usaha langsung menjalakan usaha. Selain itu bagi para pelaku usaha lulusan SMK mereka sudah merencanakan saat lulus sekolah ingin menjalankan usaha sesuai dengan keahlian yang dimiliki dan dipilih saat memasuki SMK.

Hal ini diperkuat menurut Todaro (2003:413) dalam Irdas Fitri dkk (2015:4) Pendidikan dan latihan dipandang sebagai suatu invesatasi di bidang sumber daya manusia yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja tenaga kerja. Oleh karena itu pendidikan dan latihan merupakan salah satu faktor penting dalam organisasi perusahaan.

4.2.1 Analisis Deskriptif

Gambaran data hasil penelitian dapat digunakan untuk memperkaya pembahasan, melalui gambaran data tanggapan responden dapat diketahui bagaimana tanggapan responden terhadap setiap variabel yang sedang diteliti. Untuk melihat melihat jawaban atau penilaian responden terhadap setiap pernyataan yang diajukan dalam kuesioner, maka dilakukan analisis deskriptif dengan pendekatan distribusi frekuensi dan persentase, sedangkan untuk melihat penilaian responden terhadap setiap variabel yang diteliti dapat dilihat dari nilai prosentase dari hasil skor aktual dan ideal yang diperoleh. Adapun untuk keperluan analisis distribusi jawaban responden disajikan dalam bentuk garis

kontinum. Agar lebih mudah dalam menginterpretasikan variabel yang sedang diteliti, dilakukan kategorisasi terhadap persentase skor tanggapan responden yang diperoleh dengan menggunakan kriteria menurut (*Umi Narimawati*, 2007:85) sebagai berikut:

Tabel 4.5

Kriteria Persentase Tanggapan Responden

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20 – 36%	Tidak Baik
2	36,01 – 52,00%	Kurang Baik
3	52,01 – 68,00%	Cukup Baik
4	68,01 – 84,00%	Baik
5	84,01% - 100%	Sangat Baik

4.2.1.1 Tanggapan Responden Mengenai Inovasi Produk (X_1)

Alat ukur mengenai inovasi produk dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan tiga indikator yang dioperasionalisasikan kedalam tiga pernyataan yang relevan. Untuk mengetahui gambaran mengenai inovasi produk secara menyeluruh, berikut disajikan rekapitulasi tanggapan responden mengenai inovasi produk.

Tabel 4.6

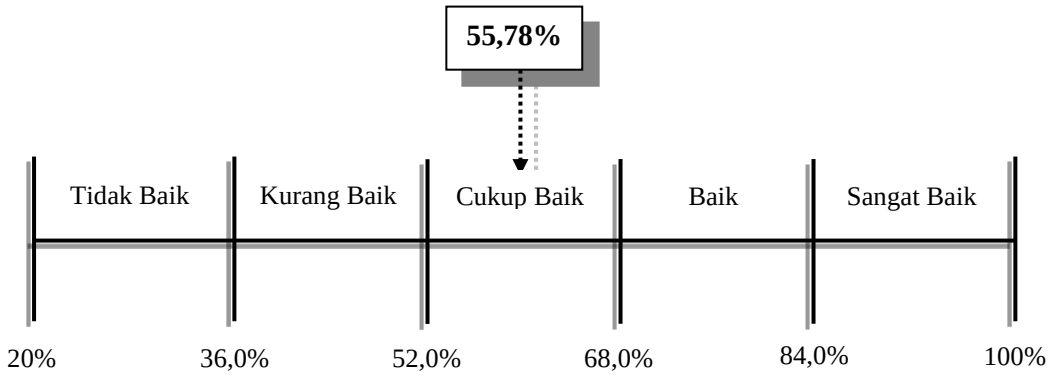
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Inovasi Produk

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Kategori
1	Kualitas Produk	73	150	48.67	Kurang Baik
2	Varian Produk	85	150	56.67	Cukup Baik
3	Gaya dan Desain Produk	93	150	62.00	Cukup Baik
Total		**251**	**450**	**55.78**	Cukup Baik

Tabel 4.6 di atas menjelaskan rekapitulasi tanggapan-tanggapan responden megenai inovasi produk. Dari hasil penelitian diketahui nilai persentase tertinggi diperoleh sebesar 62% berkenaan dengan indikator gaya dan desain produk, sedangkan nilai persentase terendah diperoleh sebesar 48,67% berkenaan dengan kualitas produk. Secara keseluruhan dari tabel tersebut diperoleh nilai persentase sebesar 55,78% dan terkategorikan cukup baik, apabila mengacu pada kriteria menurut Umi Narimawati (2007: 133) terkategorikan cukup baik.

Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa pelaku usaha pada Sentra Kerupuk Batagor Kota Bandung memiliki inovasi yang cukup baik terhadap produk. Menurut Deden A. Wahab (2012:47) mengemukakan bahwa "para *entrepreneur* dalam hal ini akan memiliki keberhasilan melalui kegiatan berfikir dan melaksanakan hal baru atau hal lama dengan cara-cara baru. Berfikir kreatif berhubungan dengan tindakan mengimpresi sebuah masalah secara mendalam dalam pikiran. Masalah tersebut divisualisasikan dengan jelas dan kemudian melakukan perenungan mengenai semua tindakan kearah perumusan sebuah ide atau konsep baru yang berbeda dibandingkan dengan hal-hal lama yang diketahui."

Jika disajikan dalam bentuk gambar garis kontinum, nilai persentase skor tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 4.1

Garis Kontinum Inovasi Produk

Agar lebih jelas, maka peneliti menyajikan tanggapan-tanggapan responden mengenai inovasi produk pada masing-masing indikator sebagai berikut:

Tabel 4.7

Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)
			5	4	3	2	1			
1	Saya mampu menciptakan produk baru untuk pasar yang baru	**F**	0	0	13	17	0	**73**	**150**	**48.67**
Total Akumulasi								**73**	**150**	**48.67**

Tabel 4.7 menjelaskan tanggapan-tanggapan responden mengenai kualitas produk yang di ukur menggunakan 1 item pertanyaan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai persentase yang diperoleh sebesar 48,67% dan terkategorikan kurang baik, nilai tersebut jika mengacu pada kriteria pengklasifikasian persentase tergolong kurang baik karena berada pada interval 36.0% - 52.0%. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pelaku usaha di Sentra

Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi tidak mampu menciptakan produk baru untuk pasar yang baru.

Hal ini sesuai dengan yang terjadi di lapangan pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi bahwa masih adanya kesulitan bagi beberapa pelaku usaha dalam membuat produk yang baru karena rasa yang di gunakan pada kripik tidak semuanya bisa sesuai.

Pengembangan produk baru dan strategisnya yang lebih efektif seringkali menjadi penentu keberhasilan dan kelangsungan hidup suatu perusahaan, tetapi ini bukanlah sebuah pekerjaan yang mudah (Sensi Tribuana Dewi, 2013).

Tabel 4.8

Tanggapan Responden Mengenai Varian Produk

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)
			5	4	3	2	1			
2	Seringkali saya melakukan peniruan produk untuk mengikuti keinginan konsumen dipasar	**F**	0	4	17	9	0	**85**	**150**	**56.67**
Total Akumulasi								**85**	**150**	**56.67**

Tabel 4.8 di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan responden mengenai varian produk yang di ukur menggunakan 1 item pertanyaan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai persentase yang diperoleh sebesar 56,67% dan terkategorikan cukup baik, nilai tersebut jika mengacu pada kriteria pengklasifikasian persentase tergolong cukup baik karena berada pada interval 52.0% - 68.0%. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pelaku usaha di Sentra

Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi cukup sering melakukan peniruan produk untuk mengkuti keinginan konsumen dipasar.

Hal ini sesuai dengan yang terjadi di lapangan pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi karena cukup banyaknya pilihan rasa yang disediakan dengan level tingkat kepedasan yang berbeda –beda.

Hal ini juga sejalan dengan pendapat Cooper (2000:38) dalam Sensi Tribuana Dewi (2013) bahwa varian produk baru sangat penting dalam lingkaran pasar global yang sangat bersaing. Keunggulan tersebut tidak lepas dari pengembangan produk inovasi yang dihasilkan sehingga akan mempunyai keunggulan dipasar yang selanjutnyaakan menang dalam persaingan

Tabel 4.9

Tanggapan Responden Mengenai Gaya dan Desain Produk

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)
			5	4	3	2	1			
3	Saya selalu tertantang untuk menciptakan produk yang benar-benar baru untuk pasar dan usaha	**F**	0	12	9	9	0	**93**	**150**	**62.00**
Total Akumulasi								**93**	**150**	**62.00**

Tabel 4.9 di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan responden mengenai gaya dan desain produk yang di ukur menggunakan 1 item pertanyaan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai persentase yang diperoleh sebesar 62% dan terkategorikan cukup baik, nilai tersebut jika mengacu pada kriteria pengklasifikasian persentase tergolong cukup baik karena berada pada interval 52.0% - 68.0%. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pelaku usaha usaha di

Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi cukup tertantang untuk menciptakan produk yang benar-benar baru untuk pasar dan usaha.

Hal ini sesuai dengan yang terjadi di lapangan pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi bahwa pelaku usaha belum cukup mampu untuk mengembangkan atau membuat kemasan yang menarik bagi produknya dikarenakan keterbatasan modal yang dimilikinya

Peniruan produk yang dilakukan seorang pengusaha adalah menggambarkan tujuan inovasi yang diukur dari penilaian sampai dimana derajat inovasi yang dilakukan perusahaan atas perubahan produk berbasis apa yang dilakukan pesaing atas produknya (Agus Satata, 2013:50). Pengusaha akan memproduksi suatu produk yang ia lihat dari pesaing lalu diubah dengan menambahkan selera, gaya dan desainnya sendiri sehingga menghasilkan produk yang baru

4.2.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Diferensiasi Produk (X_2)

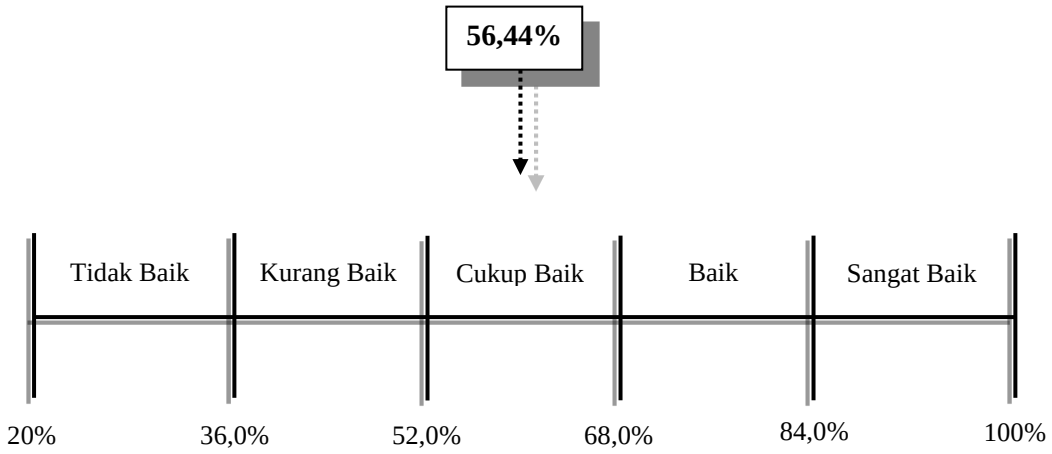
Alat ukur mengenai diferensiasi produk dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan tiga indikator yang dioperasionalisasikan kedalam tiga pernyataan yang relevan. Untuk mengetahui gambaran mengenai diferensiasi produk secara menyeluruh, berikut disajikan rekapitulasi tanggapan responden mengenai diferensiasi produk.

Tabel 4.10

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Diferensiasi Produk

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Kategori
1	Bentuk	76	150	50.67	Kurang Baik
2	Gaya	75	150	50.00	Kurang Baik
3	Daya tahan produk	103	150	68.67	Baik
Total		**254**	**450**	**56.44**	Cukup Baik

Tabel 4.10 di atas menjelaskan rekapitulasi tanggapan-tanggapan responden megenai diferensiasi produk. Dari hasil penelitian diketahui nilai persentase tertinggi diperoleh sebesar 68,67% berkenaan dengan indikator daya tahan produk, sedangkan nilai persentase terendah diperoleh sebesar 50% berkenaan dengan gaya. Secara keseluruhan dari tabel tersebut diperoleh nilai persentase sebesar 56,44% dan terkategorikan cukup baik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pelaku usaha di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi memiliki diferensiasi produk yang cukup baik. Nilai 56,44% tersebut jika mengacu pada kriteria menurut Umi Narimawati (2007:85) tergolong cukup, sehingga dapat diketahui bahwa diferensiasi produk pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai di Kota Banjar masih tergolong cukup. Jika disajikan dalam bentuk gambar garis kontinum, nilai persentase skor tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 4.2

Garis Kontinum Diferensiasi Produk

Agar lebih jelas, maka peneliti menyajikan tanggapan-tanggapan responden mengenai diferensiasi produk pada masing-masing indikator sebagai berikut:

Tabel 4.11

Tanggapan Responden Mengenai Bentuk

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)
			5	4	3	2	1			
4	Saya mampu menciptakan produk yang memiliki ukuran yang bervariasi	**F**	0	2	12	16	0	**76**	**150**	**50.67**
Total Akumulasi								**76**	**150**	**50.67**

Tabel 4.11 menjelaskan tanggapan-tanggapan responden mengenai bentuk yang di ukur menggunakan 1 item pertanyaan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai persentase yang diperoleh sebesar 50,67% dan terkategorikan kurang baik, nilai tersebut jika mengacu pada kriteria pengklasifikasian persentase tergolong cukup baik karena berada pada interval 36.0% - 52.0%. Sehingg dapat

diambil kesimpulan bahwa pelaku usaha di Sentra Keripik Pedas Cimahi tidak mampu menciptakan produk yang memiliki ukuran yang bervariasi.

Hal ini sesuai dengan yang terjadi di lapangan pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi bahwa pelaku usaha hanya menyediakan beberapa ukuran dalam kemasan, namun konsumen pun bisa membeli dengan jumlah berat produk yang disesuaikan.

Menurut Asmai Ishak (2005:3) menyatakan bahwa bentuk produk yang didukung oleh sebuah pemasaran secara terpadu akan dapat memuaskan kebutuhan tersebut secara lebih baik dari pada para pesaingnya.

Tabel 4.12

Tanggapan Responden Mengenai Gaya

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)
			5	4	3	2	1			
5	Saya berani menciptakan kemasan produk yang menarik	F	0	4	8	17	1	**75**	**150**	**50.00**
Total Akumulasi								**75**	**150**	**50.00**

Tabel 4.12 menjelaskan tanggapan-tanggapan responden mengenai gaya yang di ukur menggunakan 1 item pertanyaan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai persentase yang diperoleh sebesar 50% dan terkategorikan kurang baik nilai tersebut jika mengacu pada kriteria pengklasifikasian persentase tergolong cukup baik, karena berada pada interval 36.0% - 52.0%. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pelaku usaha di Sentra Keripik Pedas Cimahi tidak berani menciptakan kemasan produk yang menarik.

Hal ini sesuai dengan yang terjadi di lapangan pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi dalam membuat kemasan harus ada ide menarik agar kemasan yang dibuat memiliki kekhususan dan arti dalam pembuatannya. Dalam hal ini masih banyaknya pelaku usaha yang belum bisa berpikir mengenai hal tersebut.

Menurut Kotler (2013: 364) menerangkan produk-produk fisik itu bervariasi dalam potensinya untuk diferensiasi, diujung yang satu kita menemukan produk yang memungkinkan sedikit variasi

Tabel 4.13

Tanggapan Responden Mengenai Daya Tahan Produk

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)
			5	4	3	2	1			
6	Saya dapat menjamin daya tahan (Durable Goods) produk lebih tahan lama dibanding	F	3	7	20	0	0	**103**	**150**	**68.67**
Total Akumulasi								**103**	**150**	**68.67**

Tabel 4.13 menjelaskan tanggapan-tanggapan responden pada indikator mengenai daya tahan produk yang di ukur menggunakan 1 item pertanyaan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai persentase yang diperoleh sebesar 68,67% dan terkategorikan baik, nilai tersebut jika mengacu pada kriteria Pengklasifikasian Persentase tergolong baik karena berada pada interval 68.0% - 84.0%. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa produk yang dihasilkan di Sentra Keripik Pedas Cimahi memiliki daya tahan yang lebih lama dibanding dengan daerah lain.

Hal ini sesuai dengan yang terjadi di lapangan pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi bahwa produk yang dijual cukup memiliki daya tahan lama asalkan produk yang ada bisa tertutup rapat sehingga tidak ada udara masuk agar produk masih terasa enak.

Menurut Kasno T Kasim (2014:62) menyebutkan bahwa perusahaan atau home industry yang berkecimpung dalam bisnis membutuhkan produk berdaya tahan tinggi terhadap produk-produknya dan juga memiliki daya tarik yang tinggi bagi konsumen.

4.2.1.3 Tanggapan Responden Mengenai Keunggulan Bersaing (Y)

Alat ukur mengenai keunggulan bersaing dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan tiga indikator yang dioperasionalisasikan kedalam tiga pernyataan yang relevan. Untuk mengetahui gambaran mengenai keunggulan bersaing secara menyeluruh, berikut disajikan rekapitulasi tanggapan responden mengenai keunggulan bersaing.

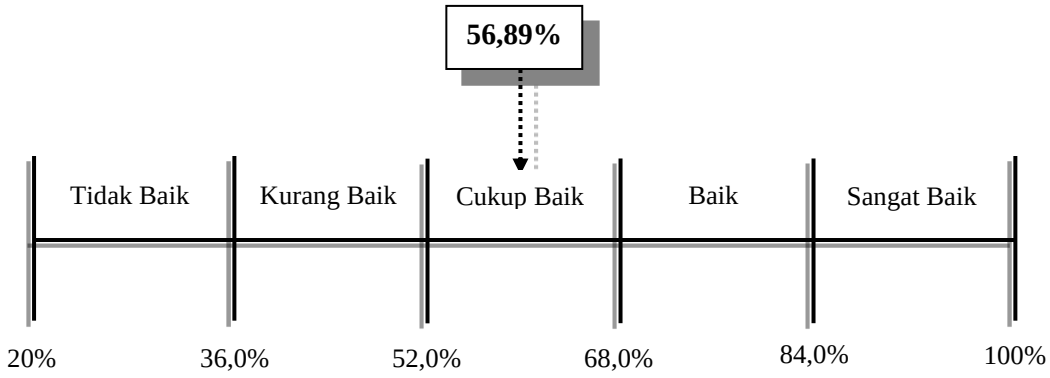
Tabel 4.14

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Keunggulan Bersaing

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Kategori
1	Keunikan Produk	75	150	50.00	Kurang Baik
2	Kualitas Produk	107	150	71.33	Baik
3	Harga Bersaing	74	150	49.33	Kurang Baik
Total		**256**	**450**	**56.89**	Cukup Baik

Tabel 4.14 di atas menjelaskan rekapitulasi tanggapan-tanggapan responden mengenai keunggulan bersaing. Dari hasil penelitian diketahui nilai

persentase tertinggi diperoleh sebesar 71,33% berkenaan dengan indikator kualitas produk, sedangkan nilai persentase terendah diperoleh sebesar 49,33% berkenaan dengan harga bersaing. Secara keseluruhan dari tabel tersebut diperoleh nilai persentase sebesar 49,33% dan terkategorikan cukup baik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pelaku usaha di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi memiliki keunggulan bersaing yang cukup baik. Keunikan pada sebuah produk yang dihasilkan perusahaan dikatakan dapat membentuk dan menaikkan nilai keunggulan bersaing perusahaan seperti yang dikatakan oleh Dini (2013:85) yang mengungkapkan bahwa produsen yang mampu menghasilkan bentuk produk yang unik dan mempunyai ciri khas tersendiri, sehingga akan menaikkan minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Jika disajikan dalam bentuk gambar garis kontinum, nilai persentase skor tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 4.3

Garis Kontinum Keunggulan Bersaing

Agar lebih jelas, maka peneliti menyajikan tanggapan-tanggapan responden mengenai keunggulan bersaing pada masing-masing indikator sebagai berikut:

Tabel 4.15

Tanggapan Responden Mengenai Keunikan Produk

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)
			5	4	3	2	1			
7	Saya mampu menghasilkan produk yang unik dan mempunyai ciri khas tersendiri	**F**	0	3	9	18	0	**75**	**150**	**50.00**
Total Akumulasi								**75**	**150**	**50.00**

Tabel 4.15 menjelaskan tanggapan-tanggapan responden mengenai keunikan produk yang di ukur menggunakan 1 item pernyataan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai persentase yang diperoleh sebesar 50% dan terkategorikan kurang baik, nilai tersebut jika mengacu pada kriteria pengklasifikasian persentase tergolong kuraang baik karena berada pada interval 36.0% - 52.0%. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pelaku usaha di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi tidak mampu menghasilkan produk yang unik dan mempunyai ciri khas tersendiri.

Hal ini sesuai dengan yang terjadi di lapangan pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi dalam hal keunikan pelaku usaha dan ciri khas produk yang ada di sentra ini cenderung sama dan memiliki kekhasan hanya terkenal di rasa yang pedas.

Menurut Dini Rosdiani (2013:85) yang mengungkapkan bahwa produsen yang mampu menghasilkan bentuk produk yang unik akan membangkitkan emotional benefit dalam pencitraan produk, sehingga akan menaikkan minat konsumen untuk membeli produk tersebut.

Tabel 4.16

Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)
			5	4	3	2	1			
8	Saya memiliki kesesuaian desaian produk dengan kualitas produk	**F**	0	20	7	3	0	**107**	**150**	**71.33**
Total Akumulasi								**107**	**150**	**71.33**

Tabel 4.16 menjelaskan tanggapan-tanggapan responden mengenai kualitas produk yang di ukur menggunakan 1 item pertanyaan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai persentase yang diperoleh kualitas produk sebesar 71,33% dan terkategorikan baik, nilai tersebut jika mengacu pada kriteria pengklasifikasian persentase tergolonf baik karena berada pada interval 68.0% - 84.0%. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pelaku usaha di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi memiliki kesesuaian desain produk dengan kualitas produk.

Hal ini sesuai dengan yang terjadi di lapangan pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi dengan kekhasan nya untuk menciptakan keripik pedas, pelaku usaha yang ada disini selalu menyesuaikan kualitas produk yang memiliki rasa berbeda dengan sentra atau perusahaan lain.

Menurut Kotler (2013) Kualitas Produk dalam hal ini kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya

Tabel 4.17

Tanggapan Responden Mengenai Harga Bersaing

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)
			5	4	3	2	1			
9	Saya mampu menekan harga lebih rendah dari para pesaing	F	0	4	6	20	0	**74**	**150**	**49.33**
Total Akumulasi								**74**	**150**	**49.33**

Tabel 4.17 menjelaskan tanggapan-tanggapan responden mengenai harga bersaing yang di ukur menggunakan 1 item pertanyaan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai persentase yang diperoleh sebesar 49,33% dan terkategorikan kurang baik, nilai tersebut jika mengacu pada kriteria pengklasifikasian persentase tergolong kurang baik karena mengacu pada interval 36.0% - 52.0%. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pelaku usaha di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi tidak mampu menekan harga lebih rendah dari para pesaing.

Hal ini sesuai dengan yang terjadi di lapangan pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi bahwa setiap pelaku usaha yang ada di sini sudah memiliki harga standar yang ada disini sudah memiliki harga minimal. Hal ini dikarenakan agar tidak terjadinya monopoli harga di antara setiap pelaku usaha.

Menurut Pradana (2011:5) yang menyebutkan bahwa untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen dan juga sebagai salah satu alat untuk bersaing dapat dilakukan dengan cara penetapan harga yang bersaing.

4.3 Analisis Verifikatif

Sebagaimana telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dan diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing. Untuk menjawab permasalahan tersebut digunakan analisis regresi berganda yang terdiri dari persamaan regresi linier berganda, analisis korelasi, analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis dengan terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik.

4.3.1 Persamaan Regresi Linier Berganda

Model persamaan regresi linier berganda yang akan dibentuk adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

a : Konstanta

Y : Keunggulan Bersaing

X_1 : Inovasi Produk

X_2 : Diferensiasi Produk

b_1 dan b_2: Koefisien regresi

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.18

Persamaan Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.905	.938		.964	.343
	Inovasi Produk	.426	.137	.441	3.118	.004
	Diferensiasi Produk	.380	.122	.441	3.120	.004

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Dari tabel output di atas diperoleh nilai a sebesar 0,905, β_1 sebesar 0,426 dan β_2 sebesar 0,380. Dengan demikian, persamaan regresi linier berganda yang akan dibentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = 0{,}905 + 0{,}426X_1 + 0{,}380X_2$$

a. Konstanta sebesar 0,905 menunjukan bahwa ketika kedua variabel bebas konstan dan tidak ada perubahan, maka keunggulan bersaing diprediksi akan bernilai sebesar 0,905 kali.
b. Variabel X_1 yaitu inovasi produk memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,426 menunjukan bahwa ketika inovasi produk mengalami peningkatan, diprediksi akan meningkatkan keunggulan bersaing sebanyak 0,905 kali.
c. Variabel X_2 yaitu diferensiasi produk memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,380 menunjukan bahwa ketika diferensiasi produk meningkat, diprediksi akan meningkatkan keunggulan bersaing sebanyak 0,380 kali.

4.3.2 Uji Asumsi Klasik

4.3.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik

hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi ada tidaknya pelanggaran asumsi normalitas dapat dilihat dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari populasi adalah normal.

b. Jika probabilitas < 0,05 maka distribusi dari populasi adalah tidak normal.

Tabel 4.19

Hasil Uji Normalitas Data Residual

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.23304554
Most Extreme Differences	Absolute	.135
	Positive	.097
	Negative	-.135
Kolmogorov-Smirnov Z		.739
Asymp. Sig. (2-tailed)		.646

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai probabilitas yang diperoleh variabel residual sebesar 0,646 > 0,05 yang menunjukan bahwa data yang digunakan berdistribusi secara normal, dengan kata lain dapat dikatakan bahwa asumsi normalitas data terpenuhi.

Menurut Imam Ghozali (2013:110) “uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel

lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid dan statistik parametrik tidak dapat digunakan".

4.3.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas berguna untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal.. Untuk melihat nilai multikolinieritas dapat dilihat dengan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinieritas. Sebaliknya jika *tolerance* < 0,10 dan VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas. Dari pengolahan data yang telah dilakukan, diperoleh hasil uji multikolinieritas sebagai berikut:

Tabel 4.20

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Inovasi Produk	.864	1.157
	Diferensiasi Produk	.864	1.157

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Tabel di atas menunjukan hasil pengujian multikolinieritas data. Dari data yang disajikan pada tabel di atas, terlihat bahwa nilai *tolerance* yang diperoleh kedua variabel bebas masing-masing sebesar 0,864 > 0,1 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10. Hal ini menunjukan bahwa tidak ditemukan adanya

korelasi yang kuat diantara variabel bebas, sehingga asumsi multikolinieritas data terpenuhi.

Menurut Gujarati (2003) Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar yang mengakibatkan standar errornya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikoliniearitas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factors* (VIF).

4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskesatisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya pelanngaran heteroskedastisitas, dapat dilihat dengan menggunakan uji korelasi rank spearman, yaitu mengkorelasikan kedua variabel bebas dengan nilai absolute residual dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Jika probabilitas > 0,05 maka varians residual bersifat homogen.
b. Jika probabilitas < 0,05 maka varians residual bersifat heterogen.

Menurut Imam Ghozali (2005:105) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satupengamatan ke pengamatan lain, jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas.

Tabel 4.21

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			Abs
Spearman's rho	Inovasi Produk	Correlation Coefficient	.004
		Sig. (2-tailed)	.983
		N	30
	Diferensiasi Produk	Correlation Coefficient	-.339
		Sig. (2-tailed)	.067
		N	30

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi yang diperoleh masing-masing variabel > 0,05 yang menunjukan bahwa varians residual dalam data bersifat homogen, sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi heteroskedastisitas terpenuhi.

4.3.3 Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kuat lemahnya hubungan linier yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat, dalam hal ini untuk melihat hubungan yang terjadi antara inovasi produk (X_1) dan diferensiasi produk (X_2) dengan keunggulan bersaing (Y) baik secara simultan maupun secara parsial. Teknik analisis korelasi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis korelasi *pearson product moment.*

4.3.3.1 Analisis Korelasi Simultan

Dengan menggunakan *software* SPSS, diperoleh hasil analisis korelasi simultan antara inovasi produk (X_1) dan diferensiasi produk (X_2) dengan keunggulan bersaing (Y) sebagai berikut:

Tabel 4.22

Hasil Analisis Korelasi Simultan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730[a]	.533	.498	1.27790

a. Predictors: (Constant), Diferensiasi Produk, Inovasi Produk

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara inovasi produk dan diferensiasi produk dengan keunggulan bersaing adalah sebesar 0,730. Berdasarkan interpretasi korelasi, nilai sebesar 0,730 termasuk kedalam kategori hubungan yang cukup tinggi, berada dalam kelas interval antara 0,61 – 0,80.

4.3.3.2 Analisis Korelasi Parsial

Dengan menggunakan *software* SPSS, diperoleh hasil analisis korelasi parsial antara inovasi produk (X_1) dan diferensiasi produk (X_2) dengan keunggulan bersaing (Y) sebagai berikut:

Tabel 4.23

Hubungan Antara Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing

Correlations

		Inovasi Produk	Keunggulan Bersaing
Inovasi Produk	Pearson Correlation	1	.603**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	30	30
Keunggulan Bersaing	Pearson Correlation	.603**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	30

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

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara inovasi produk dengan keunggulan bersaing adalah sebesar 0,603. Nilai korelasi bertanda positif, yang menunjukan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Dimana semakin baik inovasi produk, akan meningkatkan keunggulan bersaing. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi, nilai korelasi sebesar 0,603 termasuk kedalam kategori hubungan yang kuat, berada dalam kelas interval antara 0,600 – 0,799.

Tabel 4.24

Hubungan Antara Diferensiasi Produk dengan Keunggulan Bersaing

Correlations

		Diferensiasi Produk	Keunggulan Bersaing
Diferensiasi Produk	Pearson Correlation	1	.604**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	30	30
Keunggulan Bersaing	Pearson Correlation	.604**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	30

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

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara diferensiasi produk dengan keunggulan bersaing adalah sebesar 0,604. Nilai korelasi bertanda positif, yang menunjukan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Dimana semakin tinggi diferensiasi produk, akan meningkatkan keunggulan bersaing. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi, nilai korelasi sebesar 0,604 termasuk kedalam kategori hubungan yang kuat, berada dalam kelas interval antara 0,600 – 0,799.

4.3.4 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (KD) merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (R) atau disebut juga sebagai *R-Square*. Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dalam bentuk persentase. Dengan menggunakan SPSS, diperoleh koefisien determinasi yang dapat dilihat pada tabel output berikut

Tabel 4.25

Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730[a]	.533	.498	1.27790

a. Predictors: (Constant), Diferensiasi Produk, Inovasi Produk

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa nilai koefisien korelasi atau (R) yang diperoleh sebesar 0,730. Dengan demikian koefisien determinasi dapat dihitung sebagai berikut:

Kd = $(r)^2$ x 100 %

Kd = $(0{,}730)^2$ x 100 %

Kd = 53,3%

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, terlihat bahwa nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 53,3%. Hal ini menunjukan bahwa kedua variabel bebas yang terdiri dari inovasi produk dan diferensiasi produk memberikan kontribusi terhadap keunggulan bersaing sebesar 53,3%, sedangkan sisanya sebesar 46,7% lainnya merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak

diteliti. Sedangkan untuk melihat besarnya kontribusi pengaruh yang diberikan oleh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.26

Koefisien Determinasi Parsial

Coefficients[a]

Model		Standardized Coefficients	Correlations
		Beta	Zero-order
1	Inovasi Produk	.441	.603
	Diferensiasi Produk	.441	.604

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan output di atas dilakukan perhitungan sebagai berikut:

Pengaruh X_1 terhadap Y = 0,441 x 0,603 = 0,266 atau 26,6%

Pengaruh X_2 terhadap Y = 0,441 x 0,604 = 0,267 atau 26,7%

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, terlihat bahwa diferensiasi produk (X_2) memberikan kontribusi paling dominan terhadap keunggulan bersaing (Y) dengan kontribusi yang diberikan sebesar 26,7%, sedangkan 26,6% lainnya diberikan oleh inovasi produk (X_1).

4.3.5 Pengujian Hipotesis

4.3.5.1 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

1. Pengujian HIpotesis Parsial X_1

H_0: $\beta_1 = 0$ Artinya, secara parsial inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Keripik Singkong Pedas Cimahi.

H_1: $\beta_1 \neq 0$ Artinya, secara parsial inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Keripik Singkong Pedas Cimahi.

Dengan taraf signifikansi 0,05

Kriteria: Tolak H_0 jika t hitung > dari t tabel, terima dalam hal lainnya

Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji hipotesis parsial X_1 sebagai berikut:

Tabel 4.28

Pengujian Hipotesis Parsial X_1

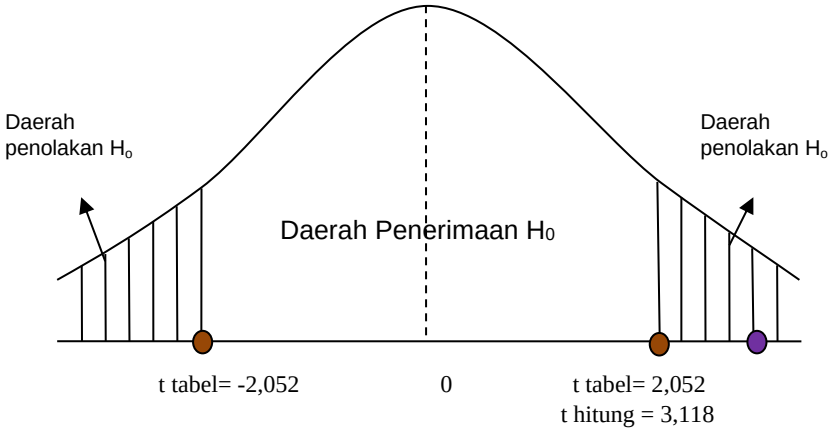
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.905	.938		.964	.343
	Inovasi Produk	.426	.137	.441	3.118	.004
	Diferensiasi Produk	.380	.122	.441	3.120	.004

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai t-hitung yang diperoleh inovasi produk (X_1) adalah sebesar 3,118. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=30-2-1= 27, diperoleh nilai t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar ±2,052. Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 3,118, berada diluar nilai t-tabel (-2,052 dan 2,052). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Keripik Singkong Pedas

Cimahi. Jika disajikan dalam grafik, nilai t-hitung dan t-tabel tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:



Gambar 4.5
Uji Hipotesis Parsial X_1

Hasil uji secara parsial ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh **Putu Sukarmo (2013)** mengatakan bahwa Inovasi Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.

2. Pengujian HIpotesis Parsial X_2

H_0: $\beta_2 = 0$ Artinya, secara parsial diferensiasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Keripik Singkong Pedas Cimahi.

H_1: $\beta_2 \neq 0$ Artinya, secara parsial diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Keripik Singkong Pedas Cimahi.

Dengan taraf signifikansi 0,05

Kriteria: Tolak H_0 jika t hitung > dari t tabel, terima dalam hal lainnya

Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji hipotesis parsial X_2 sebagai berikut:

Tabel 4.29

Pengujian Hipotesis Parsial X_2

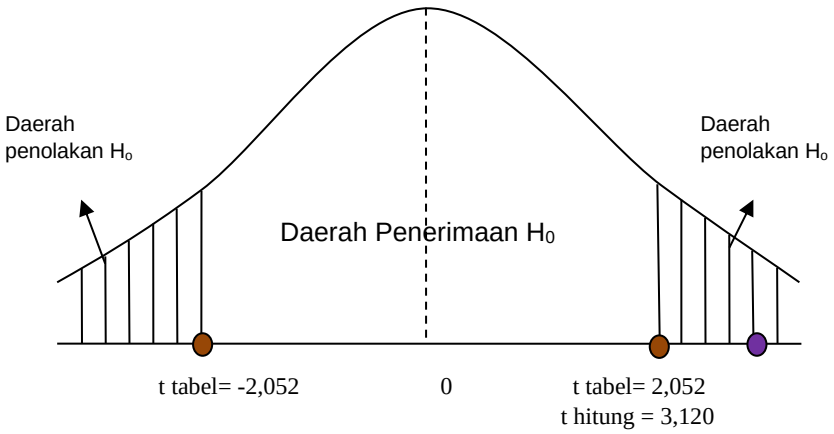
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.905	.938		.964	.343
	Inovasi Produk	.426	.137	.441	3.118	.004
	Diferensiasi Produk	.380	.122	.441	3.120	.004

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai t-hitung yang diperoleh diferensiasi produk (X_2) adalah sebesar 3,120. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=30-2-1= 27, diperoleh nilai t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar ±2,052. Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 3,120, berada diluar nilai t-tabel (-2,052 dan 2,052). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Keripik Singkong Pedas Cimahi.

Jika disajikan dalam grafik, nilai t-hitung dan t-tabel tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:



Gambar 4.6
Uji Hipotesis Parsial X_2

Hasil uji secara parsial ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh **Omega Wulan Dkk (2017)** mengatakan bahwa Diferensiasi Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.

4.3.5.2 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

Untuk membuktikan apakah kedua variabel bebas yang terdiri dari inovasi produk dan diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing, maka dilakukan pengujian hipotesis dengan rumusan hipotesis sebagai beriikut:

H_0: $\beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya secara simultan, kedua variabel bebas yang terdiri dari inovasi produk dan diferensiasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Industri Keripik Pedas Cimahi.

H_1: $\beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$, artinya secara simultan, kedua variabel bebas yang terdiri dari inovasi produk dan diferensiasi produk berpengaruh

signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Industri Keripik Pedas Cimahi.

Taraf signifikansi (α): 0,05

Kriteria uji: tolak H_0 jika nilai F-hitung > F-tabel, H_1 terima

Nilai statistik uji F dapat diketahui dari tabel output berikut:

Tabel 4.27

Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

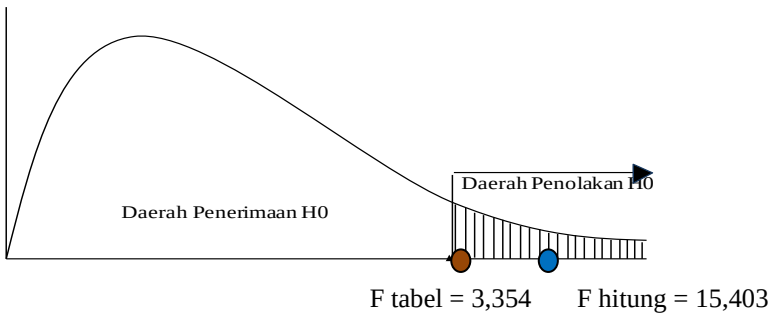
ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	50.306	2	25.153	15.403	.000[b]
	Residual	44.092	27	1.633		
	Total	94.397	29			

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), Diferensiasi Produk, Inovasi Produk

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, terlihat bahwa nilai F-hitung yang diperoleh sebesar 15,403. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai F-tabel pada tabel distribusi F. Dengan α=0,05, db_1=2 dan db_2=27, diperoleh nilai F-tabel sebesar 3,354. Dari nilai-nilai di atas, terlihat bahwa nilai F_{hitung} (15,403) > F_{tabel} (3,354), sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya secara simultan kedua variabel bebas yang terdiri dari inovasi produk dan diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Industri Keripik Pedas Cimahi. Jika disajikan dalam gambar, nilai $F_{-hitung}$ dan F_{-tabel} tersebut dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 4.4 Kurva Uji Hipotesis Simultan X_1 dan X_2 terhadap Y

Hasil uji secara simultan ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh **Veri Agus Tomi Dkk (2014)** mengatakan bahwa Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing**.**