Terima Kasih Atas Ketersediaan dan Kehadiran Yang Terhormat

Tim Penguji

- Trustorini Handayani, SE.,M.Si
- Rizki Zulfikar, SE.,M.SI

Pembimbing

Dra. Rahma Wahdiniwaty,M.Si

ANALISIS ORIENTASI PEMBELAJARAN DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA UKM SEPATU DI CIBADUYUT KECAMATAN BOJONGLOA KIDUL BANDUNG

NETTY FRISKA PANDIANGAN
21208009

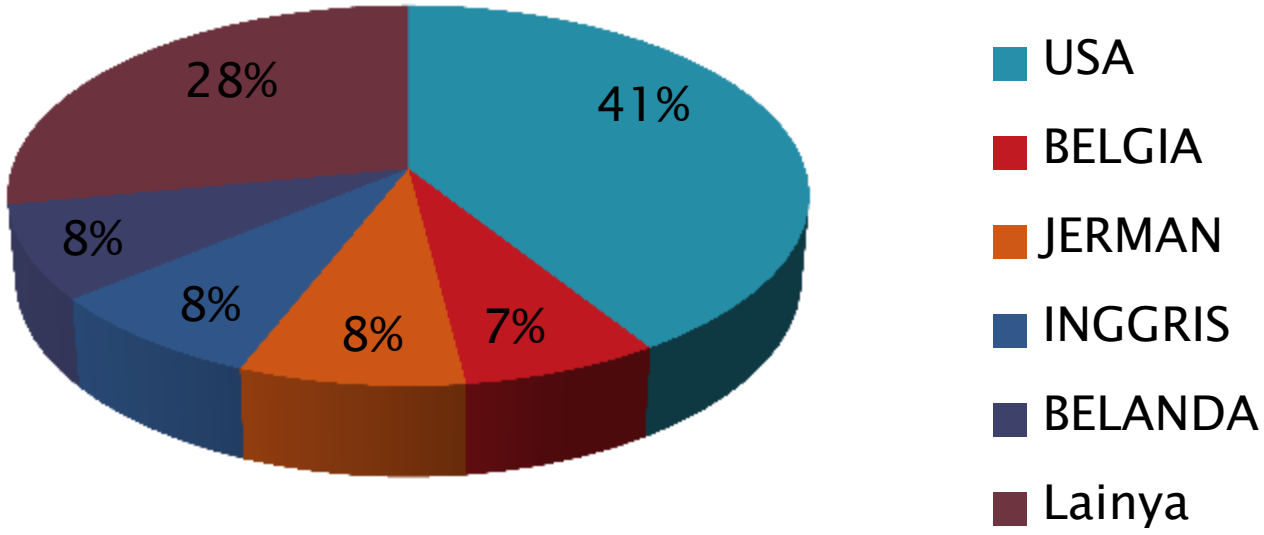
LATAR BELAKANG PENELITIAN



POTENSI ALAS KAKI CIBADUYUT

NO	POTENSI	2004	2005	2006	2007
1	Unit Usaha	848	845	828	828
2	Tenaga Kerja(orang)	3.468	3.556	3.498	3.516
3	Investasi(Ribuan)	18.170.475	23.720.675	14.507.168	14.507.168
4	Produksi (psg/th)	3.049.344	4.046.700	2.982.600	487.999.750

Negara Tujuan Eksport Alas Kaki Nasional




Bahwa program pembelajaran yang telah dilakukan untuk perkembangan UKM telah berjalan dengan baik, dan program ini dilakukan melalui kerja sama pemerintah maupun dengan BPIPI dengan kapasitas orang yang telah ditentukan per tahunnya.
Pelatihan dilakukan dalam rangka pembekalan ilmu bagi pemilik, karyawn agar mampu memperluas pangsa pasarnya dengan baik dan unggul dalam bersaing
Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Wawan Darmawan Selaku Koordinator Sub Unit Pengembangan IKM Persepatuan Cibaduyut

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pemilik Toko sepatu di Cibaduyut





Mereka sangat sulit untuk memprediksi keadaan pasar dan tingkat kemauan konsumen karena sampai saat ini mereka hanya menunggu saja, maksudnya mereka hanya fokus pasa sistem pemasaran melalui program katalog yang hanya berganti model sekali dalam setahun, dan pada saat-saat tertentu seperti idul fitri, natal dan tahun baru mereka kewalahan dalam memenuhi permintaan konsumen karena keterbatasan waktu dan kemampuan dalam memproduksi sepatu. Keadaan ini menjadi tantangan tersendiri bagi tumbuh kembang UKM Sepatu Cibaduyut.

IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan data yang diperoleh bahwa UKM memiliki potensi usaha yang terus meningkat dan mampu melakukan penjualan sepatu pada pasar dalam maupun luar negeri.

Berbagai aktifitas dalam orientasi pembelajaran telah dilakukan, baik oleh pihak Unit Pelayanan Tehknis (UPT) dan kerja sama dengan pemerintah. Orientasi pasar yang terus dilakukan seharusnya mampu memperluas pasar, Namun orientasi pasar yang dilakukan oleh UKM Sepatu Cibaduyut masih lemah, hal ini dikarenakan oleh program yang dilakukan UKM itu sendiri belum begitu maksimal, karena pihak UKM hanya menunggu reaksi para pembeli melalui program katalog yang diluncurkan oleh pihak UKM itu sendiri.



❖RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana orientasi pembelajaran pada UKM sepatu Cibaduyut Kecamatan Bojongloa Kidul Bandung

2. Bagaimana orientasi pasar pada UKM sepatu Cibaduyut Kecamatan Bojongloa Kidul Bandung



3. Bagaimana keunggulan bersaing pada UKM sepatu cibaduyut Kecamatan Bojongloa Kidul Bandung

4. Seberapa besar Pengaruh orientasi pembelajaran dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing pada UKM sepatu Cibaduyut Kecamatan Bojongloa Kidul Bandung baik secara simultan maupun parsial

KAJIAN PUSTAKA



Menurut Gervin dalam Bagas Prakosa (2005;42-43), menyatakan bahwa: orientasi pembelajaran merupakan sebagai suatu proses dimana organisasi atau perusahaan belajar untuk memiliki keahlian dalam menciptakan, mempelajari dan mentransfer pengetahuan serta sikap dari perusahaan untuk merefleksikan hasil belajar dari perusahaan .



Menurut Lukas & Ferrell dalam Bagas Prakosa (2005;40), menyatakan bahwa orientasi pasar adalah suatu proses dari menghasilkan dan memberikan informasi untuk tujuan menciptakan *superior value* bagi konsumen.



Menurut Sensi Tribuana Dewi (2005;133), keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerja sama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya.

Keterkaitan orientasi pembelajaran terhadap Keunggulan bersaing

Lee and Tsai (2005:27), menyatakan bahwa orientasi pembelajaran merupakan hal yang penting karena memberi dampak secara langsung pada keunggulan bersaing, sehingga orientasi pembelajaran mendapat prioritas yang tinggi dalam praktek manajemen.

Menurut Baker and Sinkula dalam Joubert B Maramis (2008:27) menyatakan bahwa orientasi pembelajaran memiliki peranan dalam keunggulan bersaing dan bukan hanya menciptakan keunggulan bersaing, namun juga terus mempertahankan keunggulan bersaing tersebut.

Menurut Bagas Prakosa (2005;51) telah dibuktikan bahwa untuk memperoleh keungglan bersaing perusahaan dapat dipengaruhi orientasi pembelajaran.

Keterkaitan orientasi pasar terhadap Keunggulan bersaing

Menurut Kohli et al (1993:22) menyatakan bahwa Serangkaian proses dan aktivitas untuk mendapatkan informasi pasar dikenal dengan nama orientasi pasar, aspek yang perlu mendapat penekanan dalam orientasi pasar yaitu meliputi informasi tentang pelanggan dan pesaing. Sehingga bagi perusahaan yang memiliki kelengkapan informasi tentang pelanggan dan pesaing, Setidaknya mereka memiliki ide-ide terbaru untuk menciptakan produk dan layanan terbaru sehingga mampu lebih unggul dalam persaingan.

Menurut Bagas Prakosa (2005;51) bahwa telah dibuktikan bahwa untuk memperoleh keunggulan bersaing perusahaan dapat dipengaruhi oleh orientasi pasar.

PARADIGMA PENELITIAN

ANALISIS ORIENTASI PEMBELAJARAN DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA UKM SEPATU DI CIBADUYUT KECAMATAN BOJONGLOA KIDUL BANDUNG

Orientasi Pembelajaran
- ❖Komitmen Terhadap Proses Pembelajaran
- ❖Keterbukaan Pemikiran
- ❖Visi Bersama

ORIENTASI PASAR
- ❖Orientasi Pelanggan
- ❖Orientasi Pesaing
- ❖Koordinasi Interfungsional

KEUNGGULAN BERSAING
- ❖Keunggulan Sumber Daya
- ✓Keunggulan Keahlian
- ✓Keunggulan Bahan Baku
- ❖Keunggulan Posisi
- ✓Keunggulan Biaya
- ✓Keunggulan Nilai Pelanggan

HIPOTESIS

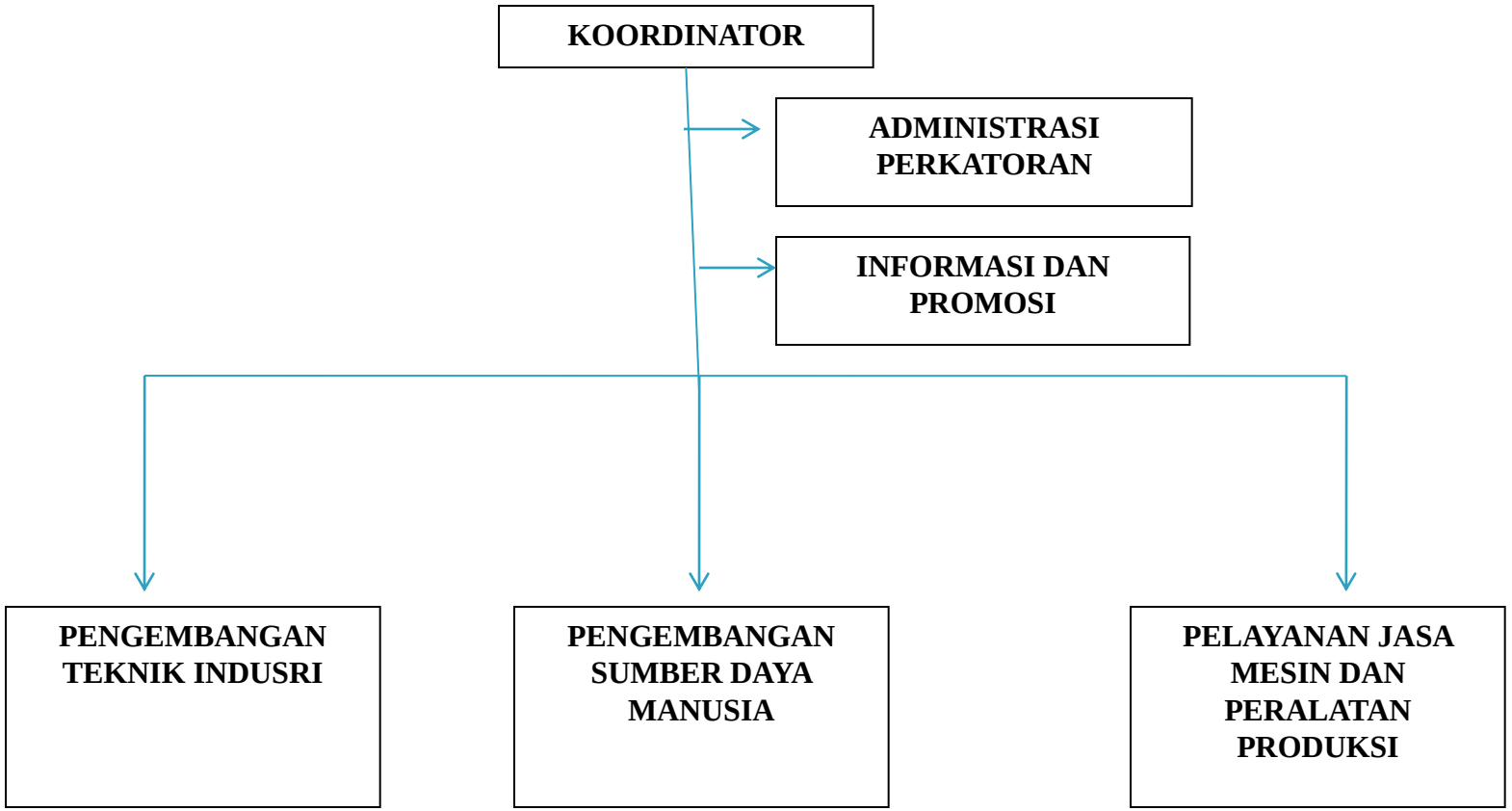
- **Hipotesis Utama:**
  Terdapat pengaruh orientasi pembelajaran dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing pada UKM Sepatu di Cibaduyut Kecamatan Bojongloa Kidul Bandung.
- **Sub Hipotesis :**
  - Terdapat pengaruh orientasi pembelajaran terhadap keunggulan bersaing pada UKM Sepatu di Cibaduyut Kecamatan Bojongloa Kidul Bandung.
  - Terdapat pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing pada UKM Sepatu di Cibaduyut Kecamatan Bojongloa Kidul Bandung.

Metodologi Penelitian

Obyek Penelitian	Analisis Orientasi Pembelajaran dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing
Metode Penelitian	Deskriptif dan Verifikatif
Sumber Data	Data Primer dan Sekunder
Metode Pengumpulan Data	Observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi
Populasi dan Sampel	Populasinya adalah seluruh pemilik UKM, yaitu 828 unit usaha. Dan sampel dalam penelitian sebanyak 90 orang responden.
Unit Penelitian	UKM Sepatu Cibaduyut Kecamatan Bojongloa Kidul Bandung
Rancangan Analisis	Uji Validitas, Uji Reliabilitas, MSI, Regresi dan Korelasi, Determinasi.
Pengujian hipotesis	Uji F dan Uji T

STRUKTUR ORGANISASI UNIT PENGEMBANGAN TEKNIS

IKM PERSEPATUAN CIBADUYUT



Aktivitas Perusahaan

- Aktivitas Unit Pengembangan Teknis IKM Persepatuan Cibaduyut adalah melakukan pembenahan, pembinaan baik internal maupun eksternal serta membantu kelancaran pelayanan terhadap penguasaan industri kecil menengah persepatuan Cibaduyut, sehingga diharapkan keterkaitan antara instalasi dan pengusaha memiliki instensitas hubungan yang kuat serta terciptanya kerja sama yang saling menguntungkan. Beberapa aspek yang menjadi sasaran program kerja instalasi Cibaduyut tahun 2011 antara lain pembinaan dan peningkatan keterampilan serta keahlian pengusaha dibidang :
  1. Aspek Sumber Daya Manusia
  2. Aspek Managemen
  3. Aspek Permodalan
  4. Aspek Teknologi Produksi
  5. Aspek Pemasaran
  6. Aspek Sosial dan Lingkungan

Kareteristik Responden

- Berdasarkan Jenis Kelamin
- Berdasarkan Usia
- Berdasarkan Status Pernikahan
- Berdasarkan Pengeluaran Perbulan

Kareteristik Responden Berdasarkan Jenis

Jenis Kelamin	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Pria	71	78,89
Wanita	19	21,11
Total	**90**	**100**

Kareteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi (F)	Persentase (%)
< 20 tahun	5	5,56
20 – 30 tahun	26	28,89
31 – 40 tahun	41	45,56
41 – 50 tahun	13	14,44
Diatas 50 tahun	5	5,56
Total	**90**	**100**

Kareteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan

Status Pernikahan	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Menikah	51	56,36
Belum Menikah	39	43,64
Total	**90**	**100**

Kareteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan

Pengeluaran Perbulan	Frekuensi (F)	Persentase (%)
≤ Rp 5.000.000,00	18	20,00
> Rp 5.000.000,00 – Rp 15.000.000,00	29	32,73
> Rp 15.000.000,00 – Rp 30.000.000,00	18	20,00
> Rp 30.000.000,00	25	27,27
Total	**90**	**100**

Analisis Deskriftif Pada IKM Sepatu Di Cibaduyut Kecamatan Bojongloa Kidul Bandung

Deskriftif Orientasi Pembelajaran

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor Aktual
Komitmen terhadap proses pembelajaran	663	900	73,67
Keterbukaan pemikiran	703	900	78,11
Visi bersama	679	900	75,44
TOTAL	**2045**	**2700**	**75,74**

Hasil perhitungan persentase total skor dari variabel orientasi pembelajaran sebesar 75,74 berada di antara interval 68 – 84. Hal tersebut menyatakan bahwa orientasi pembelajaran para pengusaha Industri Kecil Menengah Sepatu Cibaduyut Bandung secara umum berada dalam kategori baik. Demikian juga bila dilihat berdasarkan indikator, tampak persentase skor tanggapan responden pada ketiga indikator berada diantara interval 68 – 84, artinya komitmen para pengusaha terhadap pembelajaran sudah tinggi, keterbukaan pemikiran juga tinggi dan visi bersama sudah baik.

Deskriftif Orientasi Pasar

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor Aktual
Orientasi Pelanggan	1033	1350	76,52
Orientasi Pesaing	677	900	75,22
Koordinasi Interfungsional	2151	2700	79,67
TOTAL	**3861**	**4950**	**78,00**

- Hasil perhitungan persentase total skor dari variabel orientasi pasar sebesar 78,0 berada di antara interval 68 – 84. Dengan demikian dapat simpulkan bahwa orientasi pasar pada Industri Kecil Menengah Sepatu Cibaduyut Bandung secara umum berada dalam kategori baik. Demikian juga bila dilihat berdasarkan indikator, tampak persentase skor tanggapan responden pada ketiga indikator berada diantara interval 68 – 84, artinya orientasi pelanggan sudah tinggi, orientasi pesaing juga sudah tinggi dan koordinasi interfungsional sudah baik.

Deskriftif Keunggulan Bersaing

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor Aktual
Keunggulan sumber daya	1037	1350	76,81
Keunggulan bahan baku	1056	1350	78,22
Keunggulan posisi	730	900	81,11
Keunggulan biaya	329	450	73,11
Keunggulan nilai pelanggan	691	900	76,78
TOTAL	**3843**	**4950**	**77,64**

Hasil perhitungan persentase total skor dari variabel keunggulan bersaing sebesar 77,64 berada di antara interval 68 – 84. Dengan demikian dapat simpulkan bahwa keunggulan bersaing Industri Kecil Menengah Sepatu Cibaduyut Bandung secara umum berada dalam kategori unggul. Demikian juga bila dilihat berdasarkan indikator, tampak persentase skor tanggapan responden pada kelima indikator berada diantara interval 68 – 84, artinya keunggulan sumber daya, keunggulan bahan baku, keunggulan posisi, keunggulan biaya dan keunggulan nilai pelanggan sudah tinggi.

Analisis Verifikatif

- **Persamaan Regressi Linier Berganda**

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.119	.282		.421	.675
	O.Pembelajaran	.381	.066	.420	5.770	.000
	O.Pasar	.550	.076	.528	7.245	.000

a. Dependent Variable: K.Bersaing

- **Analisis Korelasi**

1. **Pengaruh Variabel Orientasi Pembelajaran Dengan Keunggulan Bersaing Sevara Parsial**

Correlations

Control Variables			K.Bersaing	O.Pembelajaran
O.Pasar	K.Bersaing	Correlation	1.000	.526
		Significance (2-tailed)	.	.000
		df	0	87
	O.Pembelajaran	Correlation	.526	1.000
		Significance (2-tailed)	.000	.
		df	87	0

Hubungan antara orientasi pembelajaran dengan keunggulan bersaing ketika orientasi pasar tidak berubah adalah sebesar 0,526 dengan arah positif. Artinya orientasi pembelajaran memiliki hubungan yang cukup kuat dengan keunggulan bersaing ketika orientasi pasar tidak mengalami perubahan. Arah hubungan positif menunjukkan bahwa ketika orientasi pembelajaran semakin baik, sementara orientasi pasar tidak berubah maka keunggulan bersaing pada Industri Kecil Menengah Sepatu Cibaduyut Bandung akan meningkat. Kemudian besar pengaruh orientasi pembelajaran terhadap keunggulan bersaing pada Industri Kecil Menengah Sepatu Cibaduyut Bandung ketika orientasi pasar tidak berubah adalah $(0{,}526)^2 \times 100\% = 27{,}7\%$.

Pengaruh Variabel Orientasi Pasar Dengan Keunggulan Bersaing Secara Parsial

Correlations

Control Variables			K.Bersaing	O.Pasar
O.Pembelajaran	K.Bersaing	Correlation	1.000	.613
		Significance (2-tailed)	.	.000
		df	0	87
	O.Pasar	Correlation	.613	1.000
		Significance (2-tailed)	.000	.
		df	87	0

Hubungan antara orientasi pasar dengan keunggulan bersaing ketika orientasi pembelajaran tidak berubah adalah sebesar 0,613 dengan arah positif. Artinya orientasi pasar memiliki hubungan yang kuat dengan keunggulan bersaing ketika orientasi pembelajaran tidak mengalami perubahan. Arah hubungan positif menunjukkan bahwa ketika orientasi pasar semakin baik, sementara orientasi pembelajaran tidak berubah maka keunggulan bersaing pada Industri Kecil Menengah Sepatu Cibaduyut Bandung akan meningkat. Kemudian besar pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing pada Industri Kecil Menengah Sepatu Cibaduyut Bandung ketika orientasi pembelajaran tidak berubah adalah $(0{,}613)^2 \times 100\% = 37{,}6\%$.

- **Pengaruh Orientasi Pembelajaran dan Orientasi Pasar dengan Keunggulan Bersaing Secara Simultan**

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.755[a]	.569	.559	.38008

a. Predictors: (Constant), O.Pasar, O.Pembelajaran

b. Dependent Variable: K.Bersaing

- Berdasarkan output di atas, diketahui koefisien korelasi simultan antara penjualan orientasi pembelajaran dan orientasi pasar dengan keunggulan bersaing sebesar 0,775. Nilai 0,775 menunjukkan hubungan simultan yang terjadi antara orientasi pembelajaran dan orientasi pasar dengan keunggulan bersaing berada dalam kategori hubungan yang tinggi (interval 0,71 - 1,00). Koefisien korelasi bertanda positif menunjukkan hubungan simultan yang terjadi antara orientasi pembelajaran dan orientasi pasar dengan keunggulan bersaing adalah searah, dimana semakin baik orientasi pembelajaran dan orientasi pasar secara simultan akan diikuti oleh semakin besar pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing.

Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.755[a]	.569	.559	.38008

a. Predictors: (Constant), O.Pasar, O.Pembelajaran

b. Dependent Variable: K.Bersaing

- Nilai R (0,755) pada tabel 4.76 menunjukkan kekuatan hubungan kedua variabel bebas (orientasi pembelajaran dan orientasi pasar) secara simultan dengan keunggulan bersaing. Jadi pada permasalahan yang sedang diteliti diketahui bahwa secara simultan kedua variabel bebas (orientasi pembelajaran dan orientasi pasar) memiliki hubungan yang kuat dengan keunggulan bersaing Industri Kecil Menengah Sepatu Cibaduyut Bandung.
- Sementara nilai R-Square sebesar 0,569 atau 56,9 persen, menunjukkan bahwa kedua variabel bebas yang terdiri dari orientasi pembelajaran dan orientasi pasar secara simultan mampu menerangkan perubahan yang terjadi pada keunggulan bersaing sebesar 56,9 persen. Artinya secara bersama-sama variabel bebas (orientasi pembelajaran dan orientasi pasar) memberikan kontribusi/pengaruh sebesar 56,9% terhadap perubahan keunggulan bersaing Industri Kecil Menengah Sepatu Cibaduyut Bandung. Sisanya pengaruh faktor-faktor lain yang tidak diamati adalah sebesar 43,1%, yaitu merupakan pengaruh faktor lain diluar kedua variabel bebas yang diteliti seperti inovasi, orientasi kewirausahaan, kinerja dan lain-lain.

- **Pengujian Hipotesis**

1. **Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji Statistik F)**

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.613	2	8.306	57.500	.000[a]
	Residual	12.568	87	.144		
	Total	29.181	89			

a. Predictors: (Constant), O.Pasar, O.Pembelajaran

b. Dependent Variable: K.Bersaing

Berdasarkan tabel output di atas, dapat dilihat nilai F_{hitung} hasil pengolahan data sebesar 57,500 dan nilai ini menjadi statistik uji yang akan dibandingkan dengan nilai F dari tabel. Dari tabel F pada $\alpha = 0.05$ dan derajat bebas (2:87) diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,101. Karena F_{hitung} (57,500) lebih besar dari F_{tabel} (3,101) maka pada tingkat kekeliruan 5% (α=0.05) Ho_1 ditolak dan Ha_1 diterima. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa orientasi pembelajaran dan orientasi pasar secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing Industri Kecil Menengah Sepatu Cibaduyut Bandung. Untuk melihat secara rinci pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat, berikut disajikan uji hipotesis secara parsial menggunakan uji t.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji Statistik t)

1. Pengaruh Orientasi pembelajaran Terhadap Keunggulan bersaing

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.119	.282		.421	.675
	O.Pembelajaran	.381	.066	.420	5.770	.000
	O.Pasar	.550	.076	.528	7.245	.000

a. Dependent Variable: K.Bersaing

Untuk menguji hipotesis diatas terlebih dahulu dicari nilai t_{hitung} variabel orientasi pembelajaran, dari keluaran software SPSS seperti terlihat pada tabel 4.31 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,770. Karena nilai t_{hitung} (5,770) lebih besar dari t_{tabel} (1,988) maka pada tingkat kekeliruan 5% Ho_2 ditolak dan Ha_2 diterima, sehingga dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa orientasi pembelajaran berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing Industri Kecil Menengah Sepatu Cibaduyut Bandung.

2. Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.119	.282		.421	.675
	O.Pembelajaran	.381	.066	.420	5.770	.000
	O.Pasar	.550	.076	.528	7.245	.000

a. Dependent Variable: K.Bersaing

Dari keluaran software SPSS seperti terlihat pada tabel 4.79 diperoleh nilai t_{hitung} variabel orientasi pasar sebesar 7,245. Karena nilai t_{hitung} (7,245) lebih besar dari t_{tabel} (1,988) maka pada tingkat kekeliruan 5% Ho_3 ditolak dan Ha_3 diterima, sehingga dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing Industri Kecil Menengah Sepatu Cibaduyut Bandung.

Kesimpulan

1. Tanggapan para pengusaha terhadap orientasi pembelajaran pada produk sepatu di Industri Kecil Menengah Sepatu Cibaduyut Bandung dinilai baik (75,74%). Skor tertinggi terdapat pada indikator keterbukaan pemikiran yaitu sebesar 78,11% dan skor terendah terdapat pada indikator komitmen terhadap proses pembelajaran yaitu sebesar 73,67%.
2. Tanggapan para pengusaha terhadap orientasi pasar pada produk sepatu di Industri Kecil Menengah Sepatu Cibaduyut Bandung dinilai baik (78,00%). Skor tertinggi terdapat pada indikator koordinasi interfungsional yaitu sebesar 79,67% dan skor terendah terdapat pada indikator orientasi pesaing yaitu sebesar 75,22%.
3. Keunggulan bersaing yang dimiliki Industri Kecil Menengah Sepatu Cibaduyut Bandung dinilai baik (77,64%). Skor tertinggi terdapat pada indikator keunggulan nilai pelanggan yaitu sebesar 76,78%, dan skor terendah terdapat pada indikator Keunggulan biaya yaitu sebesar 73,11%.
4. Orientasi pembelajaran dan orientasi pasar secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan sebesar 56,9% terhadap perubahan keunggulan bersaing Industri Kecil Menengah Sepatu Cibaduyut Bandung. Diantara kedua variabel bebas, orientasi pasar memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keunggulan bersaing dibanding orientasi pembelajaran. Orientasi pasar memberikan pengaruh sebesar 37,6% terhadap keunggulan bersaing Industri Kecil Menengah Sepatu Cibaduyut Bandung, sementara orientasi pembelajaran hanya memberikan pengaruh sebesar 27,7% terhadap keunggulan bersaing Industri Kecil Menengah Sepatu Cibaduyut Bandung.

Saran-Saran

1. Tanggapan para pengusaha terhadap orientasi pembelajaran dinilai baik, namun dalam meningkatkan eksistensinya Industri Kecil Menengah sepatu Cibaduyut Kecamatan Bojongloa Kidul Bandung perlu meningkatkan komitmen terhadap proses pembelajaran yaitu mengenai Keinginan dalam melakukan proses pembelajaran secara terus-menerus dan meningkatkan kualitas sumber daya manusianya. Sebaliknya dalam Industri Kecil Menengah sepatu Cibaduyut Kecamatan Bojongloa Kidul Bandung harus meningkatkan Keinginannya dalam mengikuti pelatihan yang diadakan mengenai produk sepatu maka, dengan hal tersebut IKM Sepatu Cibaduyut akan mampu menghasilkan produk yang berkualitas baik sehingga akan memuaskan calon konsumennya.
2. Orientasi pasar pada produk sepatu di Industri Kecil Menengah Sepatu Cibaduyut Bandung dinilai baik. Namun perlu memperhatikan orientasi pelanggan dimana harus memperhatikan kebutuhan pelanggannya dan layanan purna jual karenakan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Disamping hal itu IKM Sepatu Cibaduyut perlu mencari informasi mengenai tindakan pesaing karena akan memacu persaingan yang ketat.
3. Meskipun keunggulan bersaing yang dimiliki Industri Kecil Menengah Sepatu Cibaduyut Bandung dinilai unggul, sebaiknya dalam meningkatkan keunggulan bersaing Industri Kecil Menengah Sepatu Cibaduyut Bandung dapat dilakukan dengan memaksimalkan pemasaran interaktif atau secara online yaitu dengan menggunakan media internet seperti blogspot, Tweeter, facebook, kaskus dan lain-lain. Hal ini dapat mengefisiensikan biaya promosi yang selama ini hanya melalui penerbitan katalog yang mengeluarkan biaya relative tinggi.
4. Mengadakan penelitian dengan menggunakan analisis pett dan variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti inovasi, harga, diferensiasi produk, lokasi, promosi dan lain-lain untuk meningkatkan kualitas dan mutu Industri Kecil Menengah Sepatu Cibaduyut Bandung.





SEKIAN
&
TERIMA KASIH





Netty Friska Pandiangan

Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan	
					Penelitian terdahulu	Rencana penelitian
1	Bagas Prakosa (2005)	Pengeruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi pembalajaran Tehadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing	Telah dibuktikan bahwa untuk memperoleh keunggulan bersaing, kinerja perusahaan dapat dipengaruhi oleh orientasi pasar, orientasi pembelajaran dan inovasi.	• Variabel orientasi pasar dan orientasi pembelajaran yang digunakan sama. • Skala Ordinal • Respondenya sama langsung pada pemilik usaha	• Lokasi penelitian pada Industri manufaktur di Semarang • Variebel independent ada 3	• Lokasipenelitian pada UKM Cibaduyut Bandung • Variebel independent ada 2
2	Sensi Tribuana Dewi (2005)	Analisis Pengaruh Orientasi Bisnis dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis	*The research analyze influence market orientation and product innovation to competitive advantage to increase marketing performance.*	• Skala pengukuran Ordinal • Satu variabel yang digunakan sama yaitu keunggulan bersaing	• Lokasipenelitian pada Industri batik di Kota dan Kabupaten Pekalongan	• Lokasipenelitian pada UKM Cibaduyut Bandung

3	**Fandy Tjiptono (2008)**	**Orientasi Pasar: Perspektif, Penelitian dan Problematika**	**Keberhasilan implementasi orientasi pasar ditunjang oleh kemampuan mengidentifikasi dan memperluas kapabilitas unik.**	• **Skala Ordinal** • **Variabel yang digunakan orientasi pasar sama**	• **Hanya membahas mengenai oerientasi pasar menurut para ahli** • **Variabel yang digunakan hanya orientasi pasar**	• **Membahas hubungan orientasi pasar terhadap keungglan bersaing** • **Variebel yang digunakan ada 3**
4	Joubert B Maramis (2008)	Learning Orientation, Innovation and Performane	Disempulkan bahwa orientasi pembelajaran berpengaruh signifikan terhadap inovasi dan inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja.	• Indikator orientasi pembelajaran yang digunakan sama • Skala Ordinal	• Penelitian hanya menggunakan variabel independent saja sebanyak 3	• Penelitian hanya menggunakan variabel independent 2 saja
5	J.W Ong and Hishamuddin Bin Ismail (2008)	Sustainable Competitive Advantage through Information Technology Compentence: Resour-Based View on Small and Medium Enterprises	*Information and communication technology(ICT) has been the main focused of Malasysian government to strengthen the small and medium enterprises*	• Respondenny a sama • Skala Ordinal • Lingkup pen elitia UKM • Variebel yang digunakan sama yaitu orientasi pembelajaran	• Lokasi penelitian di Malaysia • Dalam penelitian membahas tentang teknologi	• Lokasi penelitian di Indonesia-Bandung • Dalam penelitian tidak membahas tentang teknologi

6	**Yuni Istanto (2010)**	**Pengaruh Strategi Keunggulan Bersaing dan Positioning Terhadap Kinerja**	**Bahwa strategi keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja koperasi serba usaha di kabupaten Sleman**	• **Respondenya sama** • **Lingkup penelitian sama pada UKM** • **Skala Ordinal** • **Variabel keunggulan bersaing sama**	• **Lokasi penelitian pada koperasi serba usaha diYogyakarta**	• **Lokasi penelitian pada UKM Sepatu Cibaduyut**
7	Maeziyeh Bayat (2010)	Competitive Advantages and Strategic Information Systems	The competitiveness as a major factor for life organizations	• Skala Ordinal • Salah satu variabel sama yaitu keunggulan bersaing	• Keunggulan bersaing sebagai variebel independent • Lokasi penelitian berada di Negara Iran	• Keunggulan bersaing sebagai variebel dependent • Lokasi penelitian berada di Negara Indonesia
8	Suparyadi (2003)	Membangun Keunggulan Bersaing Industri Kecil Gula Merah Tebu (IKGMT) : Kiat Bersaing diPasarEkspo	IKGMT kurang efisiensi serta produknya kurang baik	• Lingkup penelitian sama pada usaha kecil • Respondenya sama • Variabelnya sama yaitu keunggulan bersaing	• Lokasi penelitian pada Industri kecil gula merah tebu • Tempat penelitian berada di Kabupaten Kediri	• Lokasi penelitian pada UKM Sepatu Cibaduyut • Tempat penelitian berada di Kecamatan Bojongloa Kidul Bnadung

Operasionel Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
Orientasi Pembelajarn **(X1)**	**Orientasi pembelajaran merupakan sebagai suatu proses dimana organisasi atau perusahaan belajar untuk memiliki keahlian dalam menciptakan, mempelajari dan mentransfer pengetahuan serta sikap dari perusahaan untuk merefleksikan hasil belajar dari perusahaan**	**Komitmen Terhadap Proses Pembelajaran** **Keterbukaan Pemikiran** **Visi bersama**	**Tingkat keinginan mengikuti pelatihan** **Tingkat keinginan untuk melakukan pembelajara secara terus-menerus** **Tingkat penerapan hasil dari pelatihan** **Tingkat penerimaan masukan/kritik dari pihak lain** **Tingkat penerapan ilmu dari proses pembelajaran** **Tingkat kekompakan dalam mencapai visi bersama** **Tingkat keterbukaan antar semua pihak**	**O R D I N A L**

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
Orientasi Pasar **(X2)**	**Orientasi pasar merupakn sebagai budaya bisnis yang secara efektif dan efisien menciptakan perilaku karyawansedemi kian rupa sehingga menunjang upaya penciptaan nilai superior bagi para pelanggan.**	**Orientasi Pelanggan** **Orientasi Pesaing** **Koordinasi Interfungsional**	**Tingkat pemahaman kebutuhan pelanggan** **Tingkat layanan purna jual** **Tingkat Tujuan kepuasan pelanggan** **Tingkat informasi mengenai pesaing** **Tingkat reaksi cepat terhadap tindakan pesaing** **Tingkat pendiskusian tentang strategi pesaing** **Tingkat targetkan peluang bagi keunggulan kompetitip** **Tingkat pembagian informasi antar fungsi**	**O R D I N A L**

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
Keunggulan Bersaing (Y)	**Keunggulanbersaing diartikan sebagai str ategi Benefit dari perisaha an yang melakukan kerja sama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasar.**	**Keunggulan sumber daya**	**Tingkat kesesuaian penempatan kerja**	**O R D I N A L**
			Tingkat keaktipan dalam memberi informasi pada konsumen	
		Keunggulan bahan baku	**Tingkat keselektipan dalam memilih bahan baku**	
			Tingkat persediaan bahan baku	
		Keunggulan posisi	**Tingkat penempatan diri pada benak konsumen** **Tingkat kemudahan dikenal**	
		Keunggulan biaya relatif rendah	**Tingkat pengeluaran biaya pembuatan produk**	
			Tingkat nilai produk sepatu	
		keunggulan nilai pelangga	**Tingkat nilai layanan konsumen**	