PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA SENTRA INDUSTRI RAJUTAN BINONG JATI BANDUNG

Firman Ardiansyah
21211117

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Komputer Indonesia

ABSTRACT

The phenomenon that occurs on industrial knitted binong jati bandung is not yet seen the accomplished management and the differences mindset of each owner, Knitted businessmen usually doubled as a manager who regulate all knitted business management. It is a factor of the level of the average education only high school, while those who reach in the level of a college education is still a minority, the average is the son of the owner of the knitted business owner. If this condition continues, it will have an impact on the performance of businesses that continue to worsen and trouble to compete with other products especially imported products with price and quality above Binong Knitted products itself so threaten the durability of the company itself.

This research are made to find : (1) The influence of the competence of entrepreneurship on the competitive advantage in binong jati knitted industry centre in Bandung (2) The influence of the innovation product on the competitive advantage in binong jati knitted industry centre in Bandung. And (3) The influence of the competence of entrepreneurship and innovation product on the competitive advantage in binong jati knitted industry centre in Bandung. Sample taken as 80 companies through the technique of the withdrawal of the sample with a method of sample random sampling. The data raised through the spread of questionnaires, observation and interview. Survey method that is used in this research is descriptive-verivicatice. The data are analized with simple regression analysis using SPSS 17 program software for window.

The results of this research show the competence of entrepreneurship and innovation products provide a relatively large influence to competitive advantage in Binong Jati Knitted industries centre in Bandung partially or simultaneous.

Keyword: Etrepreneurial Competence, Product Innovation, Competitive Advantage

Latar Belakang Penelitian

Semakin banyak persaingan dalam dunia usaha dalam era globalisasi ini membuat setiap pelaku usaha bisnis harus mampu memikirkan hal apa saja yang harus mereka lakukan agar usaha yang mereka jalankan mampu bersaing sehingga menghasilkan keunggulan bersaing yang cukup maksimal dalam usaha yang mereka jalankan.

Tuntutan tersebut pada akhirnya mengharuskan para pelaku usaha memiliki konsistensi untuk memuaskan konsumen, oleh karena itu para pelaku di dunia usaha harus mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya sekaligus terus mengembangkan usahanya sesuai dengan visi, misi dan tujuannya. Kondisi dunia usaha yang berjalan pada saat ini seiring dengan perkembangan dunia usaha kecil dan menengah yang ada di Indonesia.

Usaha kecil dan menengah merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu juga dengan usaha kecil dan menengah yang ada di Indonesia yang memiliki peranan penting dalam berjalannya perekonomian yang terjadi di masyarakat. Dengan adanya Usaha kecil dan menengah diharapkan memiliki kontribusi yang cukup besar dalam hal membantu pemerintah memecahkan masalah-masalah yang ada, salah satunya dalam hal menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi warga masyarakat dan usaha kecil dan menengah juga dapat menciptakan unit kerja baru yang memanfaatkan tenaga - tenaga baru sehingga dapat mendukung pendapatan yang diperoleh.

Usaha kecil dan menengah diharapkan tidak hanya memiliki kemampuan dan keunggulan dalam hal produksi saja, tetapi juga dapat membaca kebutuhan pasar. Untuk itu, usaha kecil dan menengah ini perlu mendapatkan perhatian khusus dan dukungan informasi yang tepat, agar terjadi jaringan bisnis yang terarah antara pelaku usaha kecil dan menengah dengan elemen daya saing usaha, yaitu jaringan pasar.

Usaha rajutan di Binong Jati sudah lama muncul, tepatnya pada tahun 60-an. Usaha ini diawali dengan ajakan kerja sama warga Tionghoa dengan warga sekitar untuk membangun industri rajutan. Saat itu, usaha rajutan masih dilancarkan dengan mesin tradisonal. Lama kelamaan usaha ini makin berkembang. Tahun 70-an, delapan hingga sepuluh orang sudah membuka usaha serupa. Puncaknya pada tahun 1998. Ada 250-an orang yang mulai mencoba peruntungannya di usaha rajutan ini. Tentunya sudah menggunakan mesin modern. Hingga kini, usaha rajutan di Binong Jati sudah mencapai sekitar 400 home industry. Perkembangan usaha rajutan Binong Jati tidak sampai di situ saja. Agar lebih dikenal, warga berinisiatif untuk menamai kawasannya dengan sebutan "Sentra Industri Rajutan Binong Jati". Nama Sentra sendiri ada sejak tahun 2003. Saat itu, sebutan Sentra diperkenalkan warganya melalui gapura yang terpampang di pintu masuk kawasan Binong Jati, Jalan Gatot Subroto, Bandung.

Semula sekitar 400 industri rumahan kain rajut Binong Jati secara konsisten mampu memenuhi permintaan sampai 10.000 lusin pakaian rajut per hari. Namun akhir-akhir ini permintaan menjadi berkurang menjadi 3.000 lusin per harinya. Hal ini mengakibatkan pendapatan dan omset penjualan yang semakin berkurang serta banyaknya pengusaha yang

tidak mampu bersaing dengan pengusaha lain dan produk impor, sehingga terjadinya penurunan pengusaha dan tenaga kerja pada sentra industri rajut Binong Jati di Kota Bandung.

Selain itu manajemen pada industri kecil cendrung sederhana, seperti yang terjadi pada Industri Rajutan Binong Jati Bandung belum terlihat adanya manajemen yang terkelola dengan baik dan perbedaan mindset dari setiap pengusahanya, pengusaha rajutan biasanya merangkap sebagai manajer yang mengatur semua manajemen usaha rajutan. Hal tersebut dikarenakan faktor tingkat pendidikan yang rata-rata hanya sebatas SMU, sedangkan yang menempuh jenjang pendidikan perguruan tinggi masih menjadi minoritas, rata-rata merupakan anak pemilik dari pemilik usaha rajutan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang penulis kemukakan, penulis memutuskan beberapa hal yang akan penulis angkat menjadi pokok permasalahannya, yaitu :

1. Bagaimana kompetensi kewirausahaan yang ada di Sentra Industri Rajutan Binong Jati Bandung.
2. Bagaimana inovasi produk yang ada di Sentra Industri Rajutan Binong Jati Bandung.
3. Bagamaina keunggulan bersaing yang ada di Sentra Industri Rajutan Binong Jati Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk secara parsial dan simultan terhadap keunggulan bersaing yang ada di Sentra Industri Rajutan Binong Jati Bandung.

Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penerapan kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung yang akan penulis gunakan dalam rangka menyusun penelitian.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kompetensi kewirausahaan yang ada di Sentra Industri Rajutan Binong Jati Bandung.
2. Untuk mengetahui inovasi produk yang ada di Sentra Industri Rajutan Binong Jati Bandung.
3. Untuk mengetahui keunggulan bersaing yang ada di Sentra Industri Rajutan Binong Jati Bandung.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kompetensi kewiarausahaan dan inovasi produk baik secara parsial dan simultan terhadap keunggulan bersaing yang ada di Sentra Industri Rajutan Binong Jati Bandung.

Landasan Teori

Kompetensi Kewirausahaan

Menurut Reniati (2013:60) Kompetensi kewirausahaan adalah kesatuan dari pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*) dan kemampuan (*ability*) yang bersifat dinamis yang diperagakan oleh seorang wirausaha/organisasi sehingga terpancarkan dari perilakunya untuk mencapai kesuksesan dalam bisnisnya secara berkesinambungan. Pengetahuan adalah informasi yang dimiliki seseorang karyawan untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya sesuai bidang yang digelutinya (tertentu), keterampilan merupakan suatu upaya untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan perusahaan kepada seorang karyawan dengan baik dan maksimal, sedangkan kemampuan merupakan kapasitas seseorang individu untuk melakukan beragam tugas dalam suatu pekerjaan.

Kompetensi kewirausahaan menurut Hessl Oosterbeek, Mirjam C. Van Praag dan Auke Ijsselstein (2009) dalam Reniati (2013:60) terdiri dari variabel sikap dan keterampilan. Variabel sikap meliputi: *need for achievement, need for autonomy, need for power, social orientation, self efficacy, endurance and risk taking propensity.* Sedangkan untuk variabel keterampilan untuk variabel keterampilan meliputi: *market awareness, creativity and flexibility.*

Kompetensi kewirausahaan merupakan pengetahuan, sikap dan keterampilan yang terhubung satu dengan lainnya, yang diperlukan pengusaha untuk dilatih dan dikembangkan agar mampu menghasilkan kinerja terbaik dalam mengelola usahanya.

Indikator Kompetensi Kewirausahaan

Sedangkan menurut (Yuyun Wirasamita, 1992), dalam Ishak Hasan (2011:42), mengemukakan bahwa, indikator-indikator kompetensi kewirausahaan meliputi;

1) *self knowledge* (memiliki pengetahuan), yaitu memiliki kemampuan tentang usaha yang akan dilakukannya atau ditekuninya.
2) *practical knowledge* (pengetahuan praktik), yaitu memiliki pengetahuan praktis misalnya pengetahuan teknis, desain, pemrosesan, pembukuan, administrasi, dan pemasaran.
3) *communication skill* (keahlian berkomunikasi), yaitu kemampuan untuk berkomunikasi, bergaul, dan berhubungan dengan orang lain.

Inovasi Produk

Crawford dan De Benedetto (2000: 9) dalam Putu (2013:66) menyatakan bahwa inovasi produk adalah inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan dimana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi di segala proses fungsionil/ kegunaannya.

Inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaingnya. Produk yang memiliki kelebihan memiliki nilai tambah bagi konsumen. Neely et al (1995) dalam Putu (2013:67) berpendapat bahwa inovasi produk menunjukkan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau dikembangkan yang berhasil di pemasaran.

Inovasi produk dapat berupa perubahan desain, komponen dan arsitektur produk. Drucker (1954, dalam Berthon et al 1999) menyatakan bahwa inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajiinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan. Maka dengan diciptakannya inovasi produk diharapkan dapat beradaptasi dengan pasar, teknologi, dan persaingan.

Kotler (2007:36) dalam Cynthia dan Hendra (2014:1217) mendefinisikan inovasi produk sebagai gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain. Nasution (2005:44) menyatakan bahwa inovasi produk merupakan produk atau jasa baru yang diperkenalkan ke pasar. Inovasi produk dikategorikan sebagai produk baru bagi dunia, lini produk baru, tambahan pada lini produk baru yang telah ada, perbaikan dan revisi produk yang telah ada, penentuan kembali dan pengurangan biaya (Nasution,2005:44).

Indikator Inovasi Produk

Lukas dan Ferrell (2000:240) dalam Cynthia dan Hendra (2014:1217) menjelaskan adanya beberapa indikator dari inovasi produk, yaitu:

1) Perluasan Produk (*line extensions*)

   Perluasan produk merupakan produk yang masih familiar bagi organisasi bisnis tetapi baru bagi pasar.

2) Peniruan Produk (*me-too products*)

   Peniruan produk merupakan produk yang dianggap baru oleh bisnis tetapi familiar dengan pasar.

3) Produk Baru (*new-to-the-world products*)

   Produk baru merupakan produk yang dianggap baru baik oleh bisnis maupun oleh perusahaan.

Keunggulan Bersaing

Menurut Porter (1994) dalam Reniati (2013:47) keunggulan bersaing pada dasarnya berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh sebuah perusahaan untuk pembelinya yang melebihi biaya perusahaan dalam menciptakannya. Nilai adalah apa yang pembeli bersedia bayar dan nilai yang unggul berasal dari tawaran harga yang lebih rendah daripada pesaing untuk manfaat yang sepadan atau memberikan manfaat yang unik yang lebih dari pada sekedar mengimbangi harga yang lebih tinggi.

Selain itu Gordon (2002:3) dalam Reniati (2013:47), meninjau keunggulan bersaing dari sisi *competitor* dan *customer*, bersaing bukan hanya merupakan pemikiran tetapi juga suatu strategi dan proses. Menurutnya perusahaan bersaing dari lima sumberdaya yaitu: manusia, waktu, uang, teknologi dan pengetahuan. Untuk mewujudkan keunggulan bersaing, maka perusahaan perlu meningkatkan nilai agar mampu menciptakan *superior customer value* sebagai ukuran *competitive advantage* organisasi.

Day and Wensley (1998) dalam Reniati (2013:48) menyatakan bahwa keunggulan bersaing berkelanjutan merupakan bentuk-bentuk strategi untuk membantu perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Persaingan antara perusahaaan mengalami peningkatan dalam kondisi:

1. Banyaknya usaha yang bersaing
2. Ukuran serupa dari usaha yang bersaing
3. Kapabilitas yang serupa dari usaha yang bersaing
4. Penurunan permintaan produk industri
5. Turunnya harga produk/ jasa di industri
6. Ketika konsumen dapat beralih merek dengan mudah
7. Ketika hambatan untuk meninggalkan pasar tinggi
8. Ketika hambatan untuk memasuki pasar rendah
9. Ketika biaya tetap tinggi di antara perusahaan yang bersaing
10. Saat produk dapat dihancurkan
11. Ketika saingan memiliki kelebihan kapasitas
12. Ketika permintaan konsumen turun
13. Ketika saingan memiliki kelebihan persediaan
14. Ketika saingan menjual produk / jasa serupa
15. Ketika merger menjadi hal umum di industri (David, 2011:108)

Keunggulan bersaing merupakan strategi keuntungan dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam pasar. Strategi yang didesain bertujuan untuk mencapai keunggulan bersaing yang terus menerus agar perusahaan dapat terus menjadi pemimpin pasar (Prakosa,2005:53).

Indikator Keunggulan Bersaing

Porter (1990) mengemukakan indikator keunggulan bersaing yaitu:

1. Keunikan produk, adalah keunikan produk perusahaan yang memadukan nilai seni dengan selera pelanggan.
2. Kualitas produk adalah kualitas desain dari produk perusahaan.
3. Harga bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga produknya dengan harga umum di pasaran.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif, dengan pendekatan kuantitatif. Penulis melibatkan tiga variabel.

1. Variabel *independent* (variabel bebas), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependent (variabel tidak bebas). Variabel *independent* (variabel X1) dalam penelitian ini adalah Kompetensi Kewirausahaan dan (variabel X2) Inovasi Produk.

2. Variabel *dependent* (variabel tidak bebas), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independent.* Variabel *dependent* (variabel Y) dalam penelitian ini adalah Keunggulan Bersaing.

Sampel

Menurut Umi Narimawati (2008:73) Sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi unit pengamatan sebuah penelitian. Statikstik yang berhubungan dengan pemilihan observasi individual yang ditunjukan untuk memahami popolasi yang terkait, khususnya untuk kepentingan pembuatan inferensi statistic. Masing-masing obsevasi dilakukan untuk mengukur satu atau lebih karakteristik dari entitas yang dapat diamati yang dihitung untuk membedakan individual-individual atau objek-ojek yang diamati**.**

$$\boldsymbol{n = \frac{N}{1 + N_{e2}}}$$

Ket: n = jumlah sampel
N = jumlah populasi
e = batas kesalahan yang ditoleransi (1% 5%, 10%)

$$\frac{\mathbf{240}}{\mathbf{1 + 240.(0.1)^2}}$$

$$\boldsymbol{n = \frac{240}{3.4} = 71}$$

Jadi dalam penelitian ini besarnya sampel yang akan diambil oleh peneliti berjumlah 71, dan dibulatkan menjadi 80 responden.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 4.1
Koefisien Regresi Kompetensi kewirausahaan dan Inovasi produk

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.923	1.418		4.882	.000
	X1	.403	.068	.515	5.885	.000
	X2	.343	.094	.319	3.649	.000

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, diperoleh bentuk persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 6.923 + 0{,}403\ X_1 + 0{,}343\ X_2 + \varepsilon$$

Y = Keunggulan bersaing

X_1 = Kompetensi Kewirausahaan

X_2 = Inovasi Produk

Keunggulan bersaing = 6.923 + 0,403 Kompetensi kewirausahaan + 0,343 Inovasi produk

Untuk itu dari hasil perhitungan tersebut maka dapat diinterpretasikan adalah sebagai berikut:

- Jika tidak ada X1 (Kompetensi kewirausahaan) dan X2 (Inovasi produk) maka nilai Y (Keunggulan bersaing) akan tetap sebesar 6.923 (konstanta). Dapat diartikan bahwa bila diasumsikan untuk Kompetensi kewirausahaan dan Inovasi produk sebesar 0, maka keunggulan bersaing akan tetap sebesar 6,923.
- Apabila diasumsikan untuk Kompetensi kewirausahaan sebesar 1, Inovasi produk sebesar 0 maka keunggulan bersaing akan meningkat sebesar: **Keunggulan bersaing = 6.923 + 0,403(1) + 0,343(0) = 7.326.** Kompetensi Kewirausahaan yang berpengaruh terhadap keunggulan bersaing ini juga didukung oleh teori Man et all (2002) bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.
- Apabila diasumsikan untuk Inovasi produk sebesar 1, Kompetensi kewirausahaan sebesar 0 maka keunggulan bersaing akan meningkat sebesar **Keunggulan bersaing = 6.923 + 0.403(0) + 0.343(1) = 7.266.** Inovasi produk yang berpengaruh terhadap keunggulan bersaing Ini juga didukung oleh penelitian Putu, et. al (2013:77) bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi Kompetensi kewirausahaan dan Inovasi produk terhadap Keunggulan bersaing

Koefisien determinasi (R^2) merupakan koefisien yang dipergunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel Kompetensi kewirausahaan dan Inovasi produk terhadap Keunggulan bersaing baik secara simultan ataupun secara parsial.

1. Koefisien determinasi secara simultan

Tabel 4.2
Koefisien Determinasi Secara Simultan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.690[a]	.476	.463	2.00318

Berdasarkan hasil di atas diketahui bahwa nilai korelasi sebesar 0.690. Hal ini dapat diartikan bahwa secara simultan variable Kompetensi kewirausahaan dan Inovasi produk terhadap Keunggulan bersaing memiliki hubungan yang kuat. Dari tabel 4.21 diperoleh hasil R *Square* = 0,476 berarti variabel keunggulan bersaing dapat dijelaskan oleh variabel

Kompetensi kewirausahaan dan Inovasi produk sebesar 47.6% sedangkan sisanya 52.4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Ini senada dengan yang dilakukan oleh Li et all (2006, p. 343) yang menyatakan kompetensi kewirausahaan sangat berpengaruh positif terhadap pengembangan produk-produk baru demi terciptanya keunggulan bersaing berkelanjutan. Ini berasumsi bahwa kepemilikan kompetensi saja tidaklah cukup membuat pengusaha kompeten. Lebih tepat apabila kompetensi kewirausahaan dilihat dari perilaku, dari seseorang, yang cocok dengan karakteristik dinamis dari daya saing. Dan Inovasi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan. Tanpa inovasi, perusahaan akan mati (Zangwill, 1993).

2. Koefisien determinasi secara parsial

Tabel 4.3
Koefisien Determinasi Secara Parsial

Model		Standardized Coefficients	Correlations		
		Beta	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)				
	X1	.515	.621	.557	.485
	X2	.319	.491	.384	.301

Berikut disajikan hasil penerapan secara parsial antara Kompetensi kewirausahaan dan Inovasi produk terhadap Keunggulan bersaing dengan rumus *beta* X *zero order* :

- **Variabel kompetensi kewirausahaan = 0.515 x 0.319 x 100% = 31.98%.** diketahui nilai koefisien determinasi kompetensi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing sebesar 31.98%. artinya variabel kompetensi kewirausahaan secara parsial mempunyai pengaruh terhadap keunggulan bersaing sebesar 31.98%. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan ileh Man et all (2002, p. 131) dan (2008). Dukungan lain dinyatakan oleh Nakhata (2007, p. 62) bahwa 10 dimensi kompetensi kewirausahaan yang dibangun berpengaruh terhadap kesuksesan seorang wirausaha dalam mengelola bisnis.

Variabel inovasi produk = 0.319 x 0.491 x 100% = 15.66%. diketahui nilai koefisien determinasi inovasi produk terhadap keunggulan bersaing sebesar 15.66%. artinya variabel inovasi produk secara parsial mempunyai pengaruh terhadap keunggulan bersaing sebesar 15.66%. Temuan uji verifikatif ini menambah varians penemuan baru dari beberapa pakar sebelumnya yang menyatakan ada pengaruh antara inovasi dan keunggulan bersaing bersifat positif dan signifikan (Carayannis dan Gonzales. 2003), Inovasi knowledge dengan keunggulan bersaing (Anshori, 2005). Serta Spacapan dan Bastic (2007), yang menjelaskan pengaruh antara kapabilitas inovasi dan keunggulan bersaing.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang yang akan diuji dan dibuktikan kebenarannya. Untuk mengetahui hipotesis secara simultan maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

- H_o: $\rho = 0$, (tidak ada pengaruh antara Kompetensi kewirausahaan dan Inovasi produk terhadap Keunggulan bersaing)
- H_1: $\rho \neq 0$, (ada pengaruh antara Kompetensi kewirausahaan dan Inovasi produk terhadap Keunggulan bersaing)

Dengan ketentuan adalah jika : signifikasi < α, maka Ho ditolak dan H_1 diterima, dan jika signifikansi > α, maka Ho diterima dan H_1 ditolak. Selain itu juga dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dimana : jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka Ho ditolak dan H_1 diterima, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka Ho diterima dan H_1 ditolak.

Tabel 4.4
Pengujian Secara Simultan Kompetensi kewirausahaan dan Inovasi produk terhadap Keunggulan bersaing
ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	281.224	2	140.612	35.042	.000[a]
	Residual	308.980	77	4.013		
	Total	590.204	79			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Hasil perhitungan pada tabel Anova, menunjukkan nilai F_{hitung} dengan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 77$ adalah = 35,042 dengan sig = 0,000. Pengujian dengan membandingkan sig = 0,000 dengan α = 5 % (0,05) maka Ho ditolak. Apabila pengujian dengan membandingkan F_{hitung} = 35,042 > F_{tabel} =3,12 dengan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 77$ pada α = 5 % maka Ho ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan dari uji ini bahwa secara bersama-sama (simultan) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kompetensi kewirausahaan dan Inovasi produk terhadap Keunggulan bersaing. Ini senada dengan yang dilakukan oleh Li et all (2006, p. 343) yang menyatakan kompetensi kewirausahaan sangat berpengaruh positif terhadap pengembangan produk-produk baru demi terciptanya keunggulan bersaing berkelanjutan. Ini berasumsi bahwa kepemilikan kompetensi saja tidaklah cukup membuat pengusaha kompeten. Lebih tepat apabila kompetensi kewirausahaan dilihat dari perilaku, dari seseorang, yang cocok dengan karakteristik dinamis dari daya saing. Dan Inovasi merupakan suatu hal yang sangat

penting dalam mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan. Tanpa inovasi, perusahaan akan mati (Zangwill, 1993).

Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Untuk mengetahui hipotesis secara parsial maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

- H_o: ρ = 0, (tidak ada pengaruh secara parsial antara Kompetensi kewirausahaan dan Inovasi produk terhadap Keunggulan bersaing).
- H_1: ρ ≠ 0, (ada pengaruh secara parsial antara Kompetensi kewirausahaan dan Inovasi produk terhadap Keunggulan bersaing).

Dalam pengujian hipotesis menggunakan uji t, taraf signifikansi yang digunakan 5%. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{b}{sb}$$

Keterangan:

b = Koefisien regresi

sb = Standar error

t = t_{hitung} yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t_{tabel}

(Natsir, 2005 : 460)

Setelah pengujian dilakukan, maka hasil perhitungan untuk masing-masing hipotesis (t_{hitung}), dibandingkan dengan t_{tabel}. Untuk kesalahan 5% uji two *tailed* dan dk = n – k – 1 = 80 – 1 – 1 = 78, maka diperoleh t_{tabel} = 1,99 dengan ketentuan sebagai berikut :

- Terima Ho jika – t $(_{1-½}\ \alpha)$ < t < t $(_{1-½}\ \alpha)$, di mana t $(_{1-½}\ \alpha)$

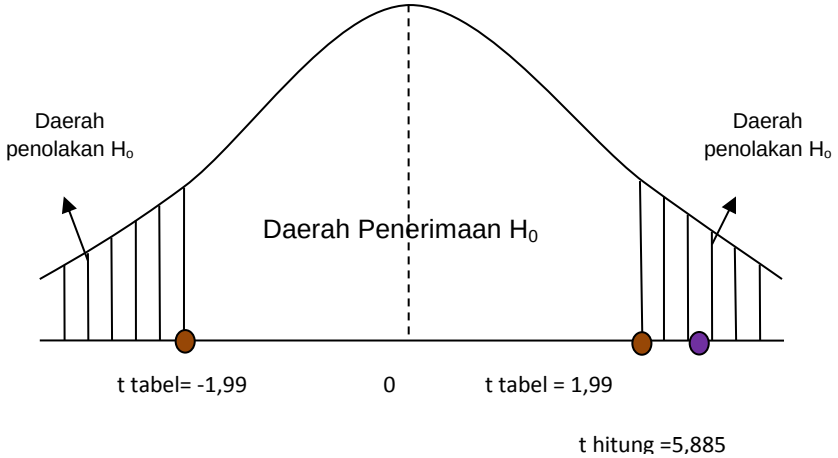
Tolak Ho jika – t $(_{1-½}\ \alpha)$ > t > t $(_{1-½}\ \alpha)$, di mana t $(_{1-½}\ \alpha)$

Tabel 4.5
Hasil Uji-t Variabel Kompetensi kewirausahaan dan Inovasi produk terhadap Keunggulan bersaing

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.923	1.418		4.882	.000
	X1	.403	.068	.515	5.885	.000
	X2	.343	.094	.319	3.649	.000

- Untuk uji hipotesis pengaruh antara Kompetensi kewirausahaan dengan Keunggulan bersaing diperoleh t hitung = 5,885 > t tabel = 1,99, maka Ho ditolak, artinya terdapat

pengaruh antara Kompetensi kewirausahaan dengan Keunggulan bersaing. Jika digambarkan, nilai t hitung dan t tabel untuk pengujian parsial kompetensi kewirausahaan tampak sebagai berikut:

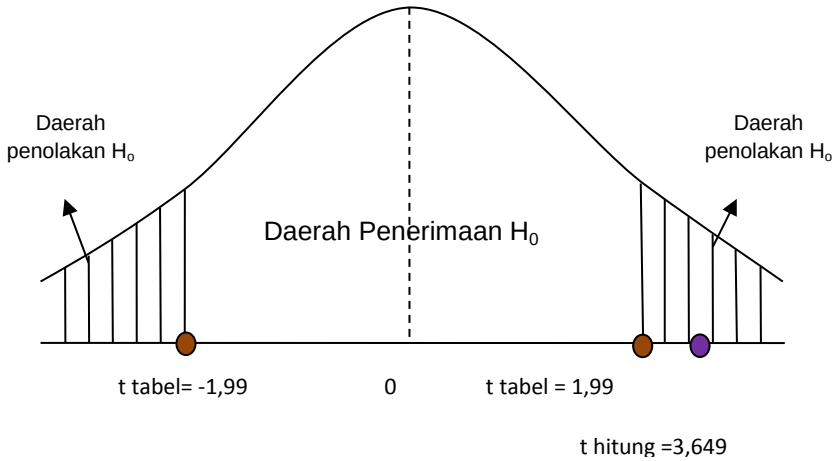


Gambar 4.1

Kurva Uji Hipotesis Parsial Kompetensi kewirausahaan Terhadap Keunggulan bersaing

- Berdasarkan gambar 4.5 diatas dapat dilihat bahwa thitung sebesar 5,885 berada pada daerah penolakan Ho, yang berarti bahwa kompetensi kewirausahaan secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Reniati yang menyatakan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan ileh Man et all (2002, p. 131) dan (2008). Dukungan lain dinyatakan oleh Nakhata (2007, p. 62) bahwa 10 dimensi kompetensi kewirausahaan yang dibangun berpengaruh terhadap kesuksesan seorang wirausaha dalam mengelola bisnis.

- Untuk uji hipotesis pengaruh antara Inovasi produk dengan Keunggulan bersaing diperoleh t hitung = 3,649 > t tabel = 1,99, maka Ho ditolak, artinya terdapat pengaruh antara Inovasi produk dengan Keunggulan bersaing. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Reniati yang menyatakan Inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Jika digambarkan, nilai t hitung dan t tabel untuk pengujian parsial inovasi produk tampak sebagai berikut:



Gambar 4.2

Kurva Uji Hipotesis Parsial Inovasi produk Terhadap Keunggulan bersaing

- Berdasarkan gambar 4.6 diatas dapat dilihat bahwa thitung sebesar 3,649 berada pada daerah penolakan Ho, yang berarti bahwa inovasi produk secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hasil penelitian ini didukung hasil penelitian terdahulu oleh Sismanto (2006) dan Dewi (2006) dimana inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Suatu usaha yang tidak memiliki kemampuan atau memiliki kemampuan yang lemah dalam memperkenalkan inovasi maka usaha tersebut bisa tertinggal dan inovasi mungkin dilakukan oleh kompetitor. Suatu usaha yang berkemampuan memperkenalkan inovasi maka usaha tersebut bisa memimpin dan memperkecil kemungkinan kompetitor untuk melakukan inovasi lebih awal.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa :

1. Hasil penelitian diketahui bahwa variabel kompetensi kewirausahaan berada dalam kategori baik. Hal ini diketahui dari dimensi kompetensi kewirausahaan seperti indikator memiliki pengetahuan dan pengetahuan praktik, menurut tanggapan responden berada pada kriteria baik. Namun demikian masih ada indikator yang belum sesuai dengan harapan resonden seperti dimensi keahlian berkomunikasi yang berada pada kriteria cukup baik.
2. Hasil penelitian diketahui bahwa variabel inovasi produk berada dalam kategori baik. Hal ini sejalan dengan tanggapan responden pada setiap indikator inovasi seperti indikator perluasan produk, peniruan produk, dan produk baru berada pada kriteria baik
3. Hasil penelitian diketahui bahwa variabel keunggulan bersaing berada dalam kategori baik. Hal ini diketahui dari indikator keunggulan bersaing seperti indikator keunikan produk, kualifikasi produk, dan harga bersaing yang berada pada kriteria baik.
4. Secara bersama-sama (simultan) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Ini berarti

terdapat hubungan yang kuat. Variabel keunggulan bersaing dapat dijelaskan oleh variabel kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk. Secara parsial terdapat pengaruh variabel kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Variabel yang pengaruh paling besar terhadap keunggulan bersaing adalah kompetensi kewirausahaan dan terendah variabel inovasi produk.

Saran

Berdasarkan kesimpulan pada penelitian ini, adapun saran-saran yang dapat diberikan, yaitu:

1. Meningkatkan keahlian berkomunikasi maka akan mampu meningkatkan kompetensi kewirausahaan. Sehingga keunggulan bersaing tercipta dengan baik.
2. Agar melakukan berbagai inovasi karena memiliki pengaruh yang rendah terhadap keunggulan bersaing, dengan cara meningkatkan keterampilan serta melakukan studi banding atau benchmark terhadap produk-produk yang sejenis.
3. Pengusaha yang bergerak pada industri rajutan agar selalu melakukan inovasi produk agar mampu meningkatkan keunggulan bersaing serta memenuhi keinginan selera konsumen.
4. Pada peneliti yang akan melanjutkan penelitian ini maka hendaknya menambahkan variabel baru sehingga diperoleh faktor lain yang mempengaruhi keunggulan bersaing serta menambahkan jumlah sampelnya.

Daftar Pustaka

Callystha Prayhoego, Devie. 2013. *Analisis Pengaruh Total Quality Management Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha.* Business Accounting Review. Vol. 1.

Christian Tri Widodo. 2014. *Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha.*

Cynthia Vanessa Djodjobo, Hendra N. Tawas. 2014. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado*. Jurnal EMBA, Vol. 2 No. 3. pp. 1214-1224.

Dewi Sondari, Syamsul Maarif, Yandra Arkeman. 2013. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi Produk Nanoenkapsulasi Ekstrak Pegagan Sebagai Sediaan Untuk Mengatasi Selulit.* Jurnal Teknik Industri. Vol, 3. No.1. Maret. pp. 54-63.

Eddy Soeryanto Soegoto. 2009. Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung, Jakarta: Elex Media Komputindo.

Heri Setiawan. 2012. *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil Di Kota Palembang.* Jurnal Orasi Bisnis Edisi Ke-VIII. November. ISSN: 2085-1375.

Ishak Hasan. 2011. *Penguatan Kompetensi Kewirausahaan dan Daya Saing UKM Komoditi Unggulan Ekspor di Provinsi Aceh.* Infokop. Vol. 19. pp. 38-52

Muzakar Isa. 2011. *Analisis Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, Dan Kinerja Industri Mebel.* BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol. 15. No. 2. Desember. pp. 159-168.

Porter, Michael, E., 1990, "*Competitif Strategy*", The FreePress, New York.

Putu Sukarmen, Andi Sularso, Deasy Wulandari. 2013. *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Gula Pasir Sebelas (GUPALAS) Pabrik Gula Semboro PTP Nusantara XI (Persero).* Jurnal Ekonomi dan Akuntansi Manajemen (JEAM), Vol. XII, No. 2. September.

Reniati. 2012. *Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Bisnis Sebuah Desain*: *Kreativitas Organisasi, Kompetensi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Studi Pada Industri Batik Pesisir Di Cirebon, Pekalongan Dan Pamekasan.* Indonesian Journal Of Economics And Business, Vol. 2 No. 2. Agustus.

Reniati. 2013. Kreativitas Organisasi & Inovasi Bisnis, Bandung: ALFABETA.

Sri Suwarsi, Nurfahmiyati, Dede R. Oktini. 2012. *Analisis Implementasi "Knowledge Management" Dalam Membentuk Kompetensi Kewirausahaan Pada Industri Kecil Menengah (IKM) Sentra Kulit Dan Produksi Kulit Di Cibaduyut Dan Garut.* Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan PKM: Sosial, Ekonomi, dan Humaniora. ISSN 2089-3590.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D).* Bandung: ALFABETA.

Suryana. 2003. Kewirausahaan. Jakarta: Salemba Empat.

Umi, Narimawati., Sri Dewi, A., & Linna, I. 2010. *PENULISAN KARYA ILMIAH: Panduan Awal Menyusun skripsi dan Tugas Akhir Aplikasi Pada Fakultas Ekonomi UNIKOM,* Bekasi : Genesis

Urbancova Hana. 2013. *Competitive Advantage Achievement Through Innovation and Knowledge.* Journal Of Competitveness, Vol. 5. Issue 1. March. pp. 82-96.

http://www.bandungtourism.com/tododet.php?q=Sentra%20Rajutan%20Binong%20Jati
(Diakses pada: 28-04-2015)