PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGULAN BERSAING PADA SENTRA BATIK PAOMAN INDRAMAYU

Oleh:

Irvan Indra Kurniawan

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

ABSTRACT

The purpose of this research to knowing responses of respondents about market orientation, entrepreneurial orientation and competitive advantages at Batik Paoman Center Indramayu, and then to knowing how much influence the market orientation and entrepreneurial orientation to competitive advantages simultaneously or partially at Batik Paoman Center Indramayu.

This research uses descriptive test and verificative method. The uses sample for research is entire population of 24 respondents to businessmen of Batik Paoman Center Indramayu, then this sample is called saturated sample or census, analysis method used is linier multiple analysis method. Previously done classic assumption test, among other are normality test, multicolinritis test, and heteroscedasticity test.

The result is showing that respondent has done a pretty good market orientation and entrepreneurial orientation, and the responses of respondents feel enough on competitive advantages between businessmen. While the result of verificative show that market orientation partially significant effect to competitive advantages. Entrpreneurial orientation partially significant effect to competitive advantages and market orientation and entrepreneurial orientation simultaneously significant effect to competitive advantages.

Keyword: Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, Competitive Advantages

Latar Belakang Penelitian

Indonesia adalah sebuah negara yang terkenal dengan sebutan *Multiculture* hal ini dapat dilihat dari keanekaragaman seni dan budaya yang tersebar luas disetiap daerahnya. Hal ini memunculkan ide kreatif kewirausahaan masyarakat untuk membuat gagasan bisnis seperti membuat Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk dapat memasarkan budaya yang dimiliki oleh setiap daerah tanpa mengubah jati diri sebuah kesenian dan budaya daerah tersebut.

Kota Indramayu merupakan salah satu daerah penghasil batik di Jawa Barat, Kesenian batik adalah kebudayaan asli Indonesia yang sudah diakui oleh UNESCO (*United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization*) sebagai Warisan Budaya Dunia tak benda yang mempunyai keunikan dan filosofi mendalam. Kota Indramayu mempunyai sentra industri batik dengan ciri khas tersendiri yaitu Sentra Batik Paoman yang berada di Jl. Siliwangi, Kelurahan Paoman, Indramayu. Nama Paoman sendiri diambil dari nama daerah di Indramayu yang mayoritas masyarakatnya sangat mahir dalam hal membatik. Sentra Batik Paoman mempunyai ciri khas batik pesisir, yang memiliki corak berbeda dengan batik daerah lainnya. Perpaduan antara kepercayaan, adat istiadat, seni dan lingkungan kehidupan daerah pesisir, ditambah lagi adanya pengaruh dari luar, seperti Cina, Arab dan Timur Tengah, Hindu-Jawa serta Eropa ikut memengaruhi terbentuknya motif dan karakter batik tulis pesisir.

Kurangnya daya saing yang dimiliki oleh Sentra Batik Paoman Indramayu berdampak pada kurangnya pendapatan yang diperoleh perajin batik, hal ini membuat perajin batik berguguran satu persatu. Walaupun sebagian besar masyarakat Paoman memiliki keterampilan membatik tetapi mereka masih enggan menjadikan profesi sebagai perajin batik menjadi profesi utama mereka, karena pendapatan yang mereka dapatkan dari hasil membatik bisa dibilang lebih sedikit

dibandingkan dengan penghasilan mereka menjadi nelayan. Minimnya sumber daya manusia mengakibatkan tidak maksimalnya proses produksi dan kurangnya kreativitas yang dimiliki perusahaan guna menambah daya saing.

Agar dapat bersaing dengan kompetitor lain yang sejenis maka seorang pelaku usaha harus memiliki konsep orientasi pasar, dimana orientasi pasar sangat dibutuhkan agar pelaku usaha dapat lebih jeli dalam melihat kondisi pasar yang selalu berubah-ubah dan dapat memperhatikan pergerakan pesaing dalam memasarkan produknya. Para pelaku usaha juga dituntut untuk memiliki konsep orientasi kewirausahaan, dimana orientasi kewirausahaan merupakan faktor keberhasilan seorang wirausahawan. Dengan adanya orientasi kewirausahaan para pelaku usaha dituntut untuk memiliki keberanian dalam mengambil risiko dan jeli melihat peluang yang ada dipasar sehingga dapat memanfaatkan peluang tersebut menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaannya. Apabila seorang pelaku usaha berfokus kepada kedua orientasi tersebut tentunya akan sangat memudahkan para pelaku usaha untuk dapat memiliki keunggulan bersaing yang akan berdampak baik pada perusahaanya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan pelaku usaha tentang Orientasi Pasar pada Sentra Batik Paoman Indramayu.
2. Bagaimana tanggapan pelaku usaha tentang Orientasi Kewirausahaan pada Sentra Batik Paoman Indramayu.
3. Bagaimana tanggapan pelaku usaha tentang Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu.
4. Seberapa besar pengaruh Orientasi Pasar secara parsial terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu.
5. Seberapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan secara parsial terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu.
6. Seberapa besar pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan secara simultan terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu.

Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud Penelitian

Maksud Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu ditujukan sebagai salah satu syarat penyelesaian tugas untuk menempuh program sarjana Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia Bandung.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tanggapan pelaku usaha tentang Orientasi Pasar pada Sentra Batik Paoman Indramayu.
2. Untuk mengetahui tanggapan pelaku usaha tentang Orientasi Kewirausahaan pada Sentra Batik Paoman Indramayu.
3. Untuk mengetahui tanggapan pelaku usaha tentang Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Orientasi Pasar secara parsial terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan secara parsial terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan secara simultan terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti
   Dapat dipakai sebagai tambahan pengetahuan yaitu dengan tujuan langsung pada perusahaan yang bersangkutan, sehingga dapat mengaplikasikan teori yang diperoleh serta untuk mengetahui sampai seberapa jauh hubungan antara teori yang diterima dengan prakteknya.

2. Bagi Peneliti Lain
   Sebagai pedoman atau referensi bagi peneliti lain yang tertarik untuk mengadakan penelitian di bidang atau permasalahan yang sama di masa yang akan datang.

Kegunaan Akademis

1. Bagi Sentra Batik Paoman Indramayu
   Memberikan saran dan masukkan untuk mengevaluasi hal–hal apa saja yang masih perlu diperbaiki dari objek yang diteliti demi kemajuan perusahaan.

KAJIAN PUSTAKA

Orientasi Pasar

"Orientasi pasar adalah suatu proses dan aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan dan pemuasan pelanggan dengan cara terus menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan." (Uncles 2000; Hapsari *et al.* 2011,128-129).

Menurut (Narver dan Slater 1990; Setiawan 2012,13) "orientasi pasar sebagai budaya organisasi yang paling efektif dalam menciptakan perilaku penting untuk penciptaan nilai unggul bagi pembeli serta kinerja dalam bisnis."

Menurut (Narver dan Slater 1990; Setiawan 2012,13) menyatakan bahwa orientasi pasar terdiri dari 3 komponen perilaku, sebagai berikut:

1. Orientasi Pelanggan
2. Orientasi Pesaing
3. Koordinasi Interfungsional

Berdasarkan penelitian (Hapsari *et al.* 2011,131) "orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hasil ini dapat dijelaskan bahwa orientasi pasar merupakan sesuatu yang penting bagi perusahaan sejalan dengan meningkatnya persaingan global dan perubahan dalam kebutuhan pelanggan dimana perusahaan menyadari bahwa mereka harus selalu dekat dengan pasarnya."

Orientasi Kewirausahaan

"Entrepreneurship atau kewirausahaan adalah usaha kreatif yang diangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerjadan hasilya berguna bagi orang lain." (Soegoto 2014,26).

Menurut (Knight 2000; Djodjobo *et al*. (2014 : 1216) Orientasi kewirausahaan memiliki keterkaitan dengan pencarian peluang, keberanian mengambil resiko serta keputusan bertindak para pemimpin organisasi.

Menurut (Hajar dan Sukaatmadja 2016,6591) "orientasi kewirausahaan mempunyai 4 indikator, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Keinovatifan
2. Proaktif
3. Berani Mengambil Risiko
4. Keagresifan Bersaing

Berdasarkan penelitian (Hajar dan Sukaatmadja 2016,6598) "orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan tinggi akan dapat meningkatkan keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan tersebut, dan begitu pula sebaliknya bila perusahaan memiliki orientasi kewirausahaan yang rendah tentu akan mempersulit meningkatkan keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan, karena dengan memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi akan mampu membuat keputusan strategi bersaing untuk perusahaan sehingga memiliki keunggulan bersaing."

Keunggulan Bersaing

"Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah kemampuan perusahaan untuk bekerja dalam satu atau lebih cara yang tidak dapat atau tidak akan disamai oleh pesaing." (Kotler dan Keller 2008,301).

Menurut (Zimmerer dan Scarborough 2002,34; Hajar dan Sukaatmadja 2016,6585) "keunggulan bersaing adalah kumpulan faktor-faktor yang membedakan suatu perusahaan dari pesaingnya dan memberikannya posisi yang unik dalam pasar."

Menurut (Hajar dan Sukaatmadja 2016,6591-6592) keunggulan bersaing terdapat 5 indikator, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Harga Bersaing
2. Eksplorasi Peluang
3. Ancaman Bersaing
4. Fleksibilitas
5. Hubungan Pelanggan

Berdasarkan penelitian (Helia *et al.* 2015,8) menyatakan bahwa dengan orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan

yang tinggi akan langsung menciptakan keunggulan bersaing yang tinggi pada produk IKM batik Kampung Laweyan tanpa terlalu memperhatikan inovasi produk atau dengan kata lain, perhatian konsumen terhadap inovasi kecil.

Dengan adanya pernyataan diatas maka orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan merupakan faktor yang harus dimiliki oleh para pelaku usaha guna untuk mengembangkan perusahaan sehingga memiliki keunggulan bersaing dibandingkan dengan kompetitor lainnya.

Kerangka Pemikiran

Pada era globalisasi ini Orientasi kewirausahaan ini tentu sangatlah penting dimiliki oleh seorang pengusaha. Orientasi kewirausahaan merupakan metode, praktek, gaya pembuatan keputusan yang digunakan untuk mengambil tindakan dengan penuh tanggung jawab. Adapun aspek-aspek di dalam orientasi kewirausahaan ini adalah seperti keinovatifan, proaktif, serta keberanian dalam mengambil resiko. Karena semakin baiknya orientasi kewirausahaan seorang pengusaha akan berdampak pada citra sebuah perusahaan tersebut dan mampu mengalahkan pesaing–pesaing mereka.

Selain orientasi kewirausahaan, adapun faktor lainnya yang menentukan keunggulan bersaing sebuah perusahaan yaitu, orientasi pasar. Faktor ini menekankan kepada sejauh mana konsumen bisa tertarik kepada produk yang dihasilkan oleh perusahaan dengan tidak mengesampingkan faktor pesaing. Perusahaan yang berorientasi pasar berarti mampu melihat kebutuhan pasar ke depan. Karena dengan orientasi pasar ini juga, perusahaan dituntut untuk selalu berupaya memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen secara lebih baik.

Oleh karena itu sebuah perusahaan harus memiliki keunggulan bersaing di bandingkan dengan perusahaan lain karena di era ini konsumen lebih banyak pilihan dalam mengambil sebuah keputusan. Dengan keunggulan bersaing perusahaan akan lebih mudah dalam menciptakan sebuah tujuan yang diharapkan oleh perusahaan tersebut. Selain itu peran dari keunggulan bersaing ini juga perusahaan akan mampu menjaga eksistensi dalam rangka mempertahankan dan mengembangkan bidangnya.

Oleh sebab itu perusahaan harus siap dan mampu dalam menghadapi semua resiko yang akan terjadi. Maka oleh sebab itu, agar perusahaan memiliki keunggulan bersaingperusahaan harus secara aktif mampu mengembangkan faktor-faktor diatas yaitu, Orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar. Semakin baiknya faktor-faktor tersebut, maka akan semakin baik juga kinerja sebuah perusahaan dalam mewujudkan sebuah tujuan perusahaan yang diharapkan.

Hipotesis Penelitian

Menurut (Sugiyono 2014,93) Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.

Hipotesis merupakan pendapat atau kesimpulan yang sifatnya masih sementara. Hipotesis tersebut baru dapat diuji kebenarannya lewat penganalisaan dan penelitian. Berdasarkan uraian kerangka kerangka penelitian di atas maka hipotesis penelitian adalah sebagi berikut:

Hipotesis Utama:

Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu.

Sub Hipotesis:

H1: Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu.

H2: Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu.

Objek Penelitian

“Objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.” (Sugiyono 2011,32).

Sesuai dengan pengertian diatas bahwa pengertian objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi sasaran dalam penelitian ilmiah. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu.

Dalam penelitian ini penulis mengemukakan dua variabel yang akan

diteliti. Adapun variabel-variabel tersebut adalah:

1. Variabel Independent atau variabel Bebas (Variabel X), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya variabel dependent (variabel tidak bebas). Variabel Independent dalam penelitian ini adalah Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan.
2. Variabel Dependent atau variabel tidak bebas (Variabel Y) yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel Independent. Variabel Dependent dalam penelitian ini adalah Keunggulan Bersaing.

Metode Penelitian

"Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu." (Sugiyono 2011,2).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang siginifikan antara variabel yang diteliti sehingga kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Metode deskriptif menurut (Sugiyono 2014,53) adalah sebagai berikut: "Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari variabel itu dengan variabel lain."

Metode verifikatif menurut (Sugiyono 2012,8) adalah sebagai berikut: "Metode verifikatif diartikan sebagai penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan."

Teknik Penentuan Data

Untuk menunjang hasil penelitian, maka peneliti melakukan pengelompokan data yang diperlukan ke dalam dua golongan, yaitu:

Populasi

"Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya." (Sugiyono 2014,115).

Populasi dari penelitian ini adalah 24 pelaku usaha pada Sentra Batik Paoman Indramayu.

Sampel

"Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut." (Sugiyono 2014,116).

"Sampling jenuh atau sensus adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel." (Sugiyono 2014,122).

Dalam penelitian ini karena jumlah populasinya sedikit (terbatas) yaitu sebanyak 24 pelaku usaha sehingga peneliti mengambil jumlah sampel sama dengan jumlah populasi yaitu seluruh pelaku bisnis pada Sentra Batik Paoman Indramayu sebanyak 24 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah penelitian lapangan (field research), dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan data sekunder.

1. Data Primer didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :
   a. Observasi (pengamatan langsung)
   b. Wawancara (interview)
   c. Kuesioner
2. Data sekunder didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut:
   a. Dokumentasi
   b. Studi Literatur

HASIL PENGUJIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pembentukan model regresi, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi supaya model yang terbentuk memberikan estimasi yang BLUE (*Best Linier Unbiased Estimated*). Pengujian yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam model regresi berdistribusi secara normal. Model regresi yang baik adalah data yang mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini,

untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan analisis *kolmogorov smirnov* dan analisis grafik normal probability plot. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat nilai asymp sig. pada uji kolmogorov smirnov jika lebih besar dari 0,05 maka data dinyatakan normal.

Tabel 4.23
Uji *Kolmogorov Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		52
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,89584483
Most Extreme Differences	Absolute	,060
	Positive	,060
	Negative	-,055
Kolmogorov-Smirnov Z		,436
Asymp. Sig. (2-tailed)		,991

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai signifikansi (*Asymp. Sig. (2-tailed)*) dari uji *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,415 dan lebih besar dari 0,05.Karena nilai signifikansi uji *Kolmogorov Smirnov* lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebas (korelasinya 1 atau mendekati 1). Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinearitas, yaitu dengan melihat angka VIF (*Variance Inflation Factor*) harus kurang dari 10 dan angka *tolerance* lebih dari 0,1.

Tabel 4.24
Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Orientasi Pasar	,951	1,052
	Orientasi Kewirausahaan	,951	1,052

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

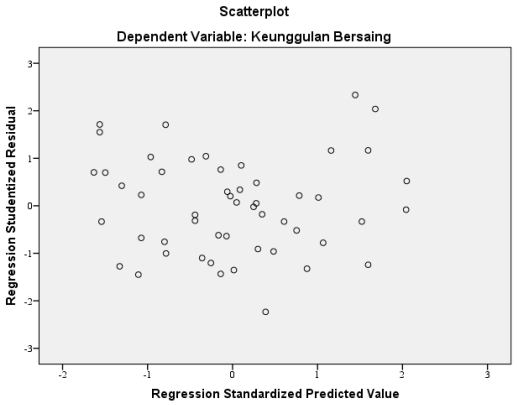
Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

Berdasarkan nilai VIF yang diperoleh seperti terlihat pada tabel di atas, nilai *tolerance* untuk seluruh variabel bebas > 0,1 dan nilai VIF seluruh variabel bebas <10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada data tersebut.

Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas.

Berikut ini dilampirkan grafik *scatterplot* untuk menganalisis apakah terjadi heterokedaktisitas atau terjadi heterokedaktisitas, adapun alat pengujian yang digunakan oleh penulis adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (SDRESID) dengan residualnya (ZPRED).



Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

Gambar 4.5
Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar merata baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedaktisitas pada model regresi.

Analisis Korelasi

Dari pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Nilai korelasi sebesar 0,646 jika mengacu pada kriteria (Sugiyono 2013,184) termasuk dalam kriteria hubungan yang kuat karena berada pada interval 0,60 – 0,799. Sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang

kuat antara Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan dengan keunggulan bersaing.
2. Nilai korelasi yang diperoleh antara Orientasi Pasar dengan Keunggulan Bersaing adalah sebesar 0,510. Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah, dimana semakin baik Orientasi Pasar maka akan diikuti dengan tingginya Keunggulan Bersaing.
3. Nilai korelasi yang diperoleh antara Orientasi Kewirausahaan dengan Keunggulan Bersaing adalah sebesar 0,539. Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah, dimana semakin baik Orientasi Kewirausahaan maka akan diikuti dengan tingginya Keunggulan Bersaing.

Analisis Koefisien Determinasi

Diperoleh informasi bahwa R-square sebesar 0,417 atau 41,7%. Nilai tersebut menunjukan bahwaOrientasi pasar dan Orientasi kewirausahaansecara simultan dalam memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap keunggulan bersaingsebesar 41,7%. Sedangkan sisanya sebesar 100% - 41,7% = 58,3% lainnya merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

Secara parsial diketahui bahwa pengaruh variabel Orientasi Pasar (X1) terhadap Keunggulan Bersaing adalah sebesar 19,2% dan Orientasi Kewirausahaan (X2) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 22,5%. Sehingga dapat disimpulkan variabel yang paling dominan mempengaruhi keunggulan bersaingadalahorientasi kewirausahaan dengan besaran pengaruh yang diberikan sebesar 22,5%.

Pengujian Hipotesis

Menurut (Sugiyono 2014,221) “hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.”

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah seberapa besar Pengaruh Orientasi Pasar (X1) dan Orientasi Kewirausahaan (X2) tehadap Keunggulan Bersaing (Y) pada Sentra Batik Paoman Indramayu. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi. Langkah-langkah dalam analisisnya sebagai berikut:

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis untuk membuktikan apakah Orientasi pasar, dan orientasi kewirausahaan, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan rumusan hipotesis statistik sebagai berikut.

Ho: β1= β2,= 0 Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Batik Paoman Indramayu.

Ha : β1≠β2≠ 0 Terdapat pengaruh yang signifikan dari Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Batik Paoman Indramayu.

Probability = 0,05/5%

Kriteria: Tolak Ho jika nilai f hitung > f tabel, terima Ho jika nilai f hitung < f tabel.

Tabel 4.31
Uji F ANOVA

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45,860	2	22,930	7,516	,003[b]
	Residual	64,068	21	3,051		
	Total	109,928	23			

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 7,516 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003. Nilai ini menjadi statistik uji yang akan dibandingkan dengan nilai F dari table dimana pada tabel F untuk α = 0,05 dan db1/df1 (banyaknya variabel bebas): 2 dan db_2: n-k-1 (24-2-1) = 21 maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,467. Karena F_{hitung} (7,516) lebih besar dibanding F_{tabel} (3,467) maka pada tingkat kekeliruan 5% (α=0,05) diputuskan untuk menolak Ho dan menerima Ha. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan berpengaruh signifikan

terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Helia *et al* 2015,8) menyatakan bahwa dengan orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan yang tinggi akan langsung menciptakan keunggulan bersaing yang tinggi pada produk IKM batik Kampung Laweyan tanpa terlalu memperhatikan inovasi produk atau dengan kata lain, perhatian konsumen terhadap inovasi kecil.

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis parsial (uji-t) dilakukan untuk membuktikan apakah Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Keunggulan Bersaing dengan menggunakan program SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.32
Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5,483	1,826		3,003	,007
	Orientasi Pasar	,294	,137	,376	2,141	,044
	Orientasi Kewirausahaan	,291	,122	,418	2,379	,027

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

Adapun hipotesis statistik secara parsial yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Orientasi Pasar

Ho : β1 = 0 Secara parsial Orientasi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan bersaing di Usaha Sentra Batik Paoman Indramayu.

H1 : β1 ≠ 0 Secara parsial Orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan bersaing di Usaha Sentra Batik Paoman Indramayu.

Kriteria:

Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ / $- t_{hitung} < - t_{tabel}$

Tingkat signifikansi (α) sebesar 5%, db=(n-k-1) 24-2-1 = 21, dengan pengujian 2 pihak sehingga diperoleh t tabel sebesar 2,080.

Orientasi Pasar berpengaruh secara signifikan terhadap Keunggulan Bersaing karena nilai t-hitung (2,141) lebih besar dari t-tabel (2,080) dan t-hitung berada pada daerah penolakan H0, sehingga Ho ditolak, artinya terdapat pengaruh secara signifikan dari Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Batik Paoman Indramayu.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakunkan oleh (Hapsari *et al*. 2011,121) menemukan bahwa orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hasil ini dapat dijelaskan bahwa orientasi pasar merupakan sesuatu yang penting bagi perusahaan sejalan dengan meningkatnya persaingan global dan perubahan dalam kebutuhan pelanggan dimana perusahaan menyadari bahwa mereka harus selalu dekat dengan pasarnya.

Orientasi Kewirausahaan

Ho : β2 = 0 Secara parsial orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan bersaing di Usaha Sentra Batik Paoman Indramayu.

H2 : β2 ≠ 0 Secara parsial orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan bersaing di Usaha Sentra Batik Paoman Indramayu.

Kriteria:

Tolak H0 jika thitung> t_{tabel} / $-t_{hitung} < -t_{tabel}$

Tingkat signifikansi (α) sebesar 5%, db= (n-k-1) 24-2-1 = 21, dengan pengujian 2 pihak sehingga diperoleh t tabel sebesar 2,080.

Orientasi Kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Keunggulan Bersaing karena nilai t hitung (2,379) lebih besar dari t tabel (2,080) dan t hitung berada pada daerah penolakan H0, sehingga Ho ditolak, artinya terdapat pengaruh secara signifikan dari Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Batik Paoman Indramayu.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakunkan oleh (Hajar dan Sukaatmadja 2016,6598) “mengindikasikan bahwa variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa perusahaan yang

memiliki orientasi kewirausahaan tinggi akan dapat meningkatkan keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan tersebut, dan begitu pula sebaliknya bila perusahaan memiliki orientasi kewirausahaan yang rendah tentu akan mempersulit meningkatkan keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan, karena dengan memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi akan mampu membuat keputusan strategi bersaing untuk perusahaan sehingga memiliki keunggulan bersaing."

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Orientasi pasar di ukur melalui 3 indikator yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi interfungsional. Untuk indikator orientasi pesaing memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori cukup baik, dan indikator terendah yaitu orientasi pesaing dan koordinasi interfungsional yang memperoleh persentase skor yang sama. Hal yang menyebabkan rendahnya indikator orientasi pesaing adalah setiap pelaku usaha tidak memperhatikan masalah persaingan karena setiap para pelaku usaha sudah mempunyai pelanggan masing-masing. Dalam hal koordinasi interfungsional setiap perusahaan merupakan UMKM yang tidak mempunyai fungsi perusahaan seperti bagian Keuangan, SDM, Pemasaran, dan Produksi, dikarenakan keterbatasan jumlah tenaga kerja sehingga koordinasi intefungsional tidak berjalan dengan baik.
2. Orientasi Kewirausahaan di ukur melalui 4 indikator yaitu keinovatifan, keproaktifan, berani mengambil risiko, dan keagresifan bersaing. Untuk indikator berani mengambil risiko memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori cukup baik, dan indikator keinovatifan memperoleh persentase skor terendah. Hal yang menyebabkan rendahnya indikator tersebut dikarenakan sebagian perusahaan merupakan hasil turun-temurun dari orang tua dan sudah mempunyai ketentuan dan ciri khas tersendiri dalam memproduksi kain batik, sehingga para pelaku usaha kurang memperhatikan inovasi pada produk batiknya dengan membuat produk baru ataupun mengembangkan produk yang telah ada.
3. Keunggulan Bersaing di ukur melalui 5 indikator yaitu harga bersaing, eksplorasi peluang fleksibilitas, pertahanan ancaman peluang, dan hubungan pelanggan. Untuk indikator hubungan pelanggan memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori cukup baik, dan indikator fleksibilitas memperoleh persentase skor terendah. Hal yang menyebabkan rendahnya indikator tersebut dikarenakan para pelaku usaha kurang mengikuti perkembangan pasar karena pelaku usaha hanya berfokus untuk mengikuti keinginan pelanggannya masing-masing.
4. Secara parsial, penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu.
5. Secara parsial, penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu.
6. Secara simultan, penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari Orientasi Pasar dan Orientasi

Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu.

Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh:

1. Orientasi Pasar pada Sentra Batik Paoman Indramayu termasuk dalam kategori cukup baik. Namun dalam hal orientasi pesaing dan koordinasi interfungsional belum diterapkan sepenuhnya oleh para pelaku usaha. Oleh karena itu disarankan kepada para pelaku usaha untuk dapat lebih memperhatikan pesaing guna menambah jumlah pelanggan dengan cara mencari tahu apa yang menjadi kelemahan pesaing, serta dapat mengadakan pelatihan pembukuan agar para pelaku usaha dapat menambah pengetahuan yang mereka miliki guna meningkatkan koordinasi interfungsional.
2. Orientasi Kewirausahaan pada Sentra Batik Paoman Indramayu termasuk dalam kategori cukup baik. Namun dalam hal keinovatifan belum diterapkan sepenuhnya oleh para pelaku usaha. Oleh karena itu disarankan kepada pelaku usaha untuk dapat menambah inovasi terhadap produk batik yang diproduksi dengan menciptakan produk baru seperti membuat tas, topi, sandal atau sepatu, jaket, dan berbagai produk dengan motif batik lainnya. Atau dapat juga dengan mengembangkan produk yang telah ada seperti memodifikasi model baju atau celana batik agar tidak terlihat setandar, atau menggabungkan antara motif batik dengan motif club sepak bola, dengan tujuan untuk menarik minat pelanggan.
3. Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu termasuk dalam kategori cukup baik. Namun dalam hal fleksibilitas belum diterapkan sepenuhnya oleh para pelaku usaha. Oleh karena itu disarankan kepada pelaku usaha untuk dapat meningkatkan promosi dengan cara memanfaatkan internet, contohnya memasang iklan di sosial media seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan sosial media lainnya terhadap salah satu motif batik yang terlaris dipasaran, atau bisa juga membuat website yang dapat menampilkan seluruh motif batik yang diproduksi guna untuk menambah keunggulan bersaing yang dimiliki sentra.
4. Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu bisa dibilang sudah berjalan dengan baik, pada kondisi ini sebaiknya bisa dimanfaatkan dengan baik oleh para pelaku usaha agar dapat meningkatkan orientasi pesaing dan koordinasi interfungsional dengan lebih memperhatikan pesaing guna menambah jumlah pelanggan, serta dapat mengadakan pelatihan pembukuan agar para pelaku usaha dapat menambah pengetahuan yang mereka miliki guna meningkatkan koordinasi interfungsional sehingga akan membantu untuk meningkatkan keunggulan bersaing yang dimiliki sentra.
5. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu bisa dibilang sudah berjalan dengan baik, pada kondisi ini sebaiknya bisa dimanfaatkan dengan baik oleh para pelaku usaha agar dapat lebih memahami masalah keinovatifan dengan menambah inovasi terhadap produk batik yang diproduksi melalui penciptaan produk baru atau pengembangan produk yang telah ada sehingga akan membantu untuk meningkatkan keunggulan bersaing dari sentra.
6. Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Batik Paoman Indramayu bisa dibilang sudah berjalan dengan baik, pada kondisi ini sebaiknya bisa dimanfaatkan dengan baik oleh para pelaku usaha agar dapat lebih memahami dalam hal persaingan, dapat mengadakan pelatihan pembukuan, menambah inovasi terhadap produk batik yang diproduksi dan meningkatkan promosi terhadap salah satu motif batik yang terlaris dipasaran yang nantinya akan berdampak pada menigkatnya

keunggulan bersaing yang dimiliki sentra.

DAFTAR PUSTAKA

Djodjobo, Cynthia Vanessa dan Tawas, Hendra N. (2014). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado*. Jurnal EMBA, Vol. 2 No. 3. ISSN: 2303-1174.

Gujarati. 2005. *SPSS Versi 16 Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Hajar, Siti dan Sukaatmadja, I Putu Gede. (2016). *Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No. 10, 2016, Hal: 6580-6609. ISSN 2302-8912.

Hapsari, Gusti Ruzayda Eka *et al*. (2011). *Pengaruh Pembelajaran Organisasional, Orientasi Pasar dan Inovasi Organisasi terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Malang Raya*. Jurnal Aplikasi Manajemen Volume 12 Nomor 1, Maret 2014. ISSN 1693-5241.

Helia, Renita *et al*. (2015). *Pengaruh Orientasi pasar dan orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk Sebagai Variabel Antara (Studi Kasus Pada IKM Batik di Kampung Batik Laweyan, solo)*. Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science.

Hidayat, Cecep. (2015). *Pengukuran Orientasi Pasar pada Jenis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Binus Bussiness Review Vol. 6 No. 2 Agustus 2015 Hal: 250-257.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga.

Octavia, Ade. (2013). *Faktor-Faktor Pendorong Terbentuknya Orientasi Pasar Ekspor Batik Jambi*. Jurnal Dinamika Manajemen Vol. 1, No. 2, April-Juni 2013. ISSN: 2338-123X.

Setiawan, Heri. (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 2012. ISSN: 2085-1375.

Soegoto, Eddy Soeryanto. 2014. *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung*. Bandung: PT. Elex Media Komputindo.

Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2011. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.