PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP DAYA SAING PADA SENTRA SENAPAN ANGIN CIPACING SUMEDANG

ARIA ALIEF GIFFARI

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Komputer Indonesia
Ariagiffari2@gmail.com

ABSTRAK

Dari semenjak berdirinya Sentra Senapan Angin Cipacing banyak pengusaha yang gulung tikar dan model produk yang di produksinya tidak banyak perubahan dan banyak meniru dari produk yang sudah ada di pasaran mengakibatkan para pengusaha sedikit demi sedikit di tinggalkan konsumennya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Diferensiasi Produk terhadap Daya Saing pada Sentra Senapan Angin Cipacing. Unit analisis dalam penelitian ini adalah pemilik usaha pada Sentra Senapan Angin Cipacing Sumedang yang berjumlah 20 Pemilik usaha. Dengan perhitungan populasi 20 orang pemilik usaha pada Sentra Senapan Angin Cipacing Sumedang. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif, verifikatif dan regresi linier berganda.

Hasil Uji F Secara simultan, orientasi kewirausahaan dan diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap daya saing pengusaha dengan kontribusi pengaruh yang diberikan sebesar 72,0%. Sedangkan secara Uji T Secara parsial Terdapat pengaruh yang signifikan dari orientasi kewirausahaan terhadap daya saing di dengan kontribusi pengaruh yang diberikan sebesar 42,0%. Secara parsial Terdapat pengaruh yang signifikan dari diferensiasi produk terhadap daya saing di dengan kontribusi pengaruh yang diberikan sebesar 30,1%.

Kata Kunci : Orientasi Kewirausahaan, Differensiasi Produk , Daya Saing.

PENDAHULUAN

Latar belakang Penelitian

Persaingan dalam dunia usaha semakin berat terutama pada produk yang sudah banyak di produksi dan di pasarkan oleh para pengusaha, maka setiap pelaku wirausahaan di tuntut lebih kreatif dan inovatif lagi agar dapat bersaing dan membedakan dengan pesaing terutama yang sudah lebih dahulu dan memiliki citra yang bagus.

Perkembangan dunia bisnis yang terjadi pada saat ini khususnya yang ada di Indonesia dan pada umumnya yang ada di dunia telah mengalami kemajuan yang cukup pesat. dengan semakin berkembangnya dunia usaha yang ada di Indonesia pada saat ini, hal itu menandakan bahwa saat ini Indonesia sudah mulai memasuki era globalisasi. Pada era globalisasi yang terjadi pada saat ini memberikan peranan yang lebih besar pada inisiatif dan kreativitas yang dimiliki oleh masyarakat melaluiberbagai hal seperti teknologi informasi, transportasi, ekonomi, sosial budaya, politikdan elemen organisasi yang ada di masyarakat.

Persaingan usaha yang begitu ketat mengharuskan perusahaan memiliki keunggulan bersaing, jika tidak maka perusahaan tersebut tidak dapat bertahan lama. Keunggulan bersaing dalam sebuah organisasi dapat diperoleh dengan memperhatikan nilai superior bagi pelanggan, kebudayaan dan iklim untuk membawa perbaikkan pada efisiensi dan efektivitas.

Sumedang di Jawa Barat, tidak hanya terkenal dengan tahunya saja. Sumedang juga punya produk khas lain yaitu senapan angin. Tepatnya di Cipacing, Cikeruh, Jatinangor, Sumedang. Di situ berdiri 20 kios yang menjual senapan angin buatan tangan perajin senapan angin.

Apabila dilihat dari sejarahnya, industri senapan angin di Cipacing telah berlangsung hampir satu setengah abad.

Usaha ini dirintis pertama kali oleh Raden Nata Dimadja pada tahun 1854. Hinggal awal 1960-an, terdapat catatan resmi dari generasi kedua Raden Nata Dimadja, bahwa terdapat pengrajin senapan angin yang berada di desa Cikeruh dan Cipacing walaupun bisa dihitung dengan jari. Itu pun terbatas pada jasa perbaikan senapan angin yang berasal dari luar negeri. Dengan dorongan memperbaiki tingkat kehidupan, berbekal pengalaman memperbaiki senapan angin, akhirnya usaha membuat senapan angin secara mandiri pun dimulai.

Jumlah perajin dan toko penjual senapan di Cipacing pun terus menyusut. Pada era 1980-an, jumlah perajin di sana sekitar 400 orang. Kini cuma tersisa 70–80 orang. Begitu pula pedagang. Kini Cipacing banyak berubah. Kental dengan nuansa Sunda. Bengkel-bengkel bedil di jalan utama sudah tiada. Bersalin rupa menjadi toko cendera mata. Wayang Golek hingga syal ikat kepala, ramai dipajang.

Di jaman serba moderen banyak bermunculan pesaing baru yang penggunaan nya lebih mudah, kuat dan praktis modelnya lebih modern dan kekinian yang desainnya lebih menarik dan lebih tahan lama seperti senjata sungguhan jaman sekarang, dan ada juga bentuknya kecil dan praktis bisa juga menjadi perlindungan untuk konsumen karena praktis di bawa ke mana-mana.

Karena itulah sentra senapan angin cipacing mulai terlupakan di masyarakat indonesia banyak yang tidak mengetahui adanya sentra senapan angin cipacing, perusahaan harus di tuntut aktif memberikan yang di butuhkan pasar jaman sekarang dan juga dapat bersaing dengan pesaing baru yang lebih inovatif maka perusahaan senapan angin cipacing juga harus mulai melakukan inofasi terhadap peroduknya yang di nilai mulai ketinggalan jaman untuk mampu unggu dalam persaingan ini. Agar dapat mengetahui bagaimana sentra senapan angin Cipacing Sumedang menerapkan komponen keunggulan bersaing dan diferensiasi produk.

Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Orientasi Kewirausahaan

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang disampaikan dalam latar belakang penelitian diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagai mana tanggapan karyawan tentang Orientasi Kewirausahaan pada Sentra Senapan Angin Rakitan Cipacing Sumedang.
2. Bagai mana tanggapan karyawan tentang Diferensiasi Produk pada Sentra Senapan Angin Rakitan Cipacing Sumedang.
3. Bagai mana tanggapan karyawan tentang Daya Saing Sentra Senapan Angin Rakitan Cipacing Sumedang.
4. Apakah terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Diferensiasi Produk terhadap Daya Saing pada Sentra Senapan Angin Rakitan Cipacing Sumedang secara Parsial dan Simultan.

Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Diferensiasi Produk terhadap Daya Saing pada Sentra Senapan Angin Rakitan Cipacing Sumedang yang akan penulis gunakan dalam rangka menyusun penelitian.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tanggapan karyawan tentang Orientasi Kewirausahaan pada Sentra Senapan Angin Rakitan Cipacing Sumedang.
2. Untuk mengetahui tanggapan karyawan tentang Diferensiasi Produk pada Sentra Senapan Angin Rakitan Cipacing Sumedang.
3. Untuk mengetahui tanggapan karyawan Daya Saing pada Sentra Senapan Angin Rakitan Cipacing Sumedang.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Diferensiasi Produk terhadap Daya Saing pada Sentra Senapan Angin Rakitan Cipacing Sumedang secara Parsial dan Simultan.

Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan. Beberapa literatur

manajemen memberikan tiga landasan dimensi – dimensi dari kecenderungan organisasional untuk proses manajemen kewirausahaan, yakni kemampuan inovasi, kemampuan mengambil risiko, dan sifat proaktif (Weerawerdeena,2003).

Weerawerdeena (2003) dalam Andriani Suryanita (2006:11) menyatakan bahwa, “Beberapa literatur manajemen memberikan tiga landasan dimensi – dimensi dari kecenderungan organisasional untuk proses manajemen kewirausahaan, yakni kemampuan inovasi, kemampuan mengambil risiko, dan sifat proaktif”

1. **Inovatif** Keinginan perusahaan untuk mendukung kreativitas dalam upaya memperkenalkan produk baru.
2. **Berani Mengambil Resiko** Adalah Upaya pencarian peluang-peluang baru.
3. **Proaktif** Adalah bertindak aktif mendeteksi pesaing dan merespon permintaan pasar pada masa mendatang.

Diferensiasi Produk

Diferensiasi produk adalah tindakan merancang serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan tawaran perusahan dan tawaran pesaing. Kotler & Keller (2009:9). diferensiasi produk dapat dibedakan menjadi bentuk, fitur, mutu kinerja, mutu kesesuaian, daya tahan, keandalan, mudah diperbaiki. Dapat disimpulkan bahwa diferensiasi produk adalah suatu strategi dari sebuah perusahan untuk menawarkan dan menjual produknya, yang di rancang memiliki keunggulan kompetitif serta unik demi memenuhi kebutuhan.

Diferensiasi produk adalah sebagai proses penambahan serangkaian perbedaan yang penting dan bernilai, guna membedakan tawaran perusahaan itu dari tawaran pesaing (Kotler : 1999)

Indikator diferensiasi produk menurut Kotler adalah :

1. **Bentuk**

Bentuk produk dapat didiferensiasi berdasarkan bentuk, ukuran, model, atau struktur fisik sebuah produk.

2. **Keistimewaan (feature)**

Sebagian besar produk dapat ditawarkan dengan berbagai keistimewaan, yakni karakteristik yang melengkapi fungsi dasar produk. Upaya untuk menjadi yang pertama dalam memperkenalkan keistimewaan baru yang berhargamerupakan salah satudari cara yang paling efektif untuk bersaing.

3. **Daya Tahan (durability)**

Daya tahan (durability), suatu ukuran usia operasi yang diharapkan dalam kondisi normal dan/atau berat, merupakan atribut yang berharga untuk produkproduk tertentu.

4. **Gaya (style)**

Gaya (style) menggambarkan penampilan dan perasaan yang ditimbulkan oleh produk itu bagi pembeli. Pembeli biasanya bersedia membayar harga tambahan untuk produk –produk yang diberi gaya menarik. Gaya memiliki keunggulan menciptakan perbedaan produk yang sukar untuk ditiru. Di sisi negatif, gaya yang menarik tidak selalu berarti kinerja yang tinggi.

5. Rancangan (design)

Dengan semakin ketatnya persaingan, rancangan akan menjadi salah satu cara yang paling ampuh untuk mendiferensiasikan dan memposisikan produk dan jasa perusahaan. Rancangan adalah totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan pelanggan. Bagi perusahaan, produk yang dirancang dengan baik adalah produk yang mudah diproduksi dan didistribusikan. Bagi pelanggan, produk yang dirancang dengan baik adalah produk yang menyenangkan untuk dilihat dan mudah dibuka, dipasang, digunakan, diperbaiki, serta dibuang.

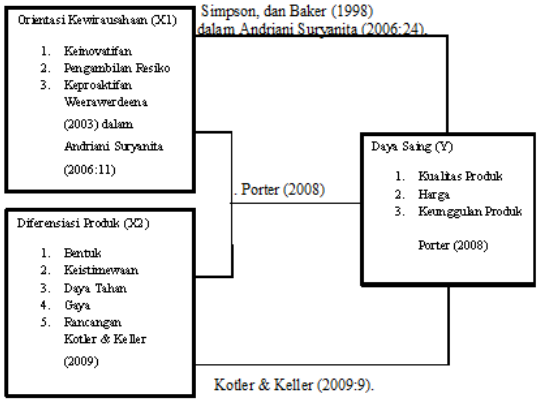
Daya Saing

Tumar Sumihardjo (2008:8), memberikan penjelasan tentang istilah daya saing ini, yaitu: “Kata daya dalam kalimat daya saing bermakna kekuatan, dan kata saing berarti mencapai lebih dari yang lain, atau beda dengan yang lain dari segi mutu, atau memiliki keunggulan tertentu. Artinya daya saing dapat bermakna kekuatan untuk berusaha menjadi unggul dalam hal tertentu yang dilakukan seseorang, kelompok atau institusi tertentu.

Menurut Porter (2008:419) indikator daya saing yaitu:

a) Harga bersaing
Harga bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga produknya dengan harga umum di pasaran.
b) Kualitas produk
Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.
c) Keunggulan produk
Keunggulan produk adalah kemampuan suatu badan usaha untuk memberikan nilai lebih terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan”.

Dari uraian diatas didapat kerangka pemikiran dibawah ini sebagai berikut:



Hipotesis :

H1: Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap Daya Saing pada Sentra Senapan Angin Rakitan Cipacing Sumedang.
H2: Diferensiasi produk berpengaruh terhadap Daya Saing pada Sentra Senapan Angin Rakitan Cipacing Sumedang.
H3: Orientasi kewirausahaan dan Diferensiasi produk berpengaruh terhadap Daya Saing pada Sentra Senapan Angin Rakitan Cipacing Sumedang.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

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.

Berikut uji hasil normalitas dengan menggunakan aplikasi *Software* SPSS 21 *for window.*

Uji *Kolmogorov Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		20
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,47200319
Most Extreme Differences	Absolute	,116
	Positive	,105
	Negative	-,116
Kolmogorov-Smirnov Z		,519
Asymp. Sig. (2-tailed)		,951

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

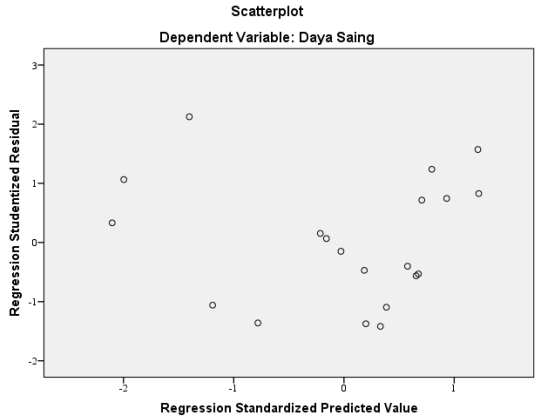
Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai signifikansi *(Asymp. Sig. (2-tailed))* dari uji *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,951 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.

Hasil 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

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.

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.

Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Orientasi Kewirauasahaan	,557	1,794
	Diferensiasi Produk	,557	1,794

a. Dependent Variable: Daya Saing

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.

Analisis Korelasi

Analisis korelasi simultan berfungsi untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Adapun untuk memberikan interpretasi pada koefisien korelasi yang diperoleh.

Koefisien Korelasi Simultan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,849[a]	,720	,687	1,55618

a. Predictors: (Constant), Diferensiasi Produk, Orientasi Kewirauasahaan

b. Dependent Variable: Daya Saing

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

Nilai R sebesar 0,849 pada output di atas menunjukkan kekuatan hubungan kedua variabel independen (Orientasi kewirausahaan, dan Diferensiasi produk) secara simultan dengan daya saing. Nilai korelasi sebesar 0,849 jika mengacu pada kriteria Sugiono (2013;184) termasuk dalam kriteria hubungan yang sangat kuat karena berada pada interval 0,8 – 1,000. Sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang sangat kuat antara Orientasi kewirausahaan dan Diferensiasi produk dengan daya saing.

Analisis Korelasi Parsial

Analisis Korelasi Parsial

Correlations

		Daya Saing
Orientasi Kewirauasahaan	Pearson Correlation	,794
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	20
Diferensiasi Produk	Pearson Correlation	,752
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	20

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

- **Hubungan Orientasi Kewirausahaan dengan Daya saing**

Nilai korelasi yang diperoleh antara antara orientasi kewirauasahaan dengan daya saing adalah sebesar 0,794. Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah, dimana semakin baik orientasi kewirauasahaan maka akan diikuti dengan tingginya daya saing. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi, angka sebesar 0,794 termasuk dalam kategori hubungan yang kuat karena berada pada rentang interval 0,60-0,799.

- **Hubungan Diferensiasi Produk dengan Daya saing**

Nilai korelasi yang diperoleh antara antara diferensiasi produk dengan daya saing adalah sebesar 0,752. Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah, dimana semakin baik diferensiasi produk maka akan diikuti dengan tingginya daya saing. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi, angka sebesar 0,752 termasuk dalam kategori hubungan yang kuat karena berada pada rentang interval 0,60-0,799.

Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan suatu nilai yang menyatakan besar pengaruh secara secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Pada permasalahan yang sedang diteliti yaitu pengaruh Orientasi kewirausahaan dan Diferensiasi produk secara simultan dalam memberikan kontribusi pengaruh terhadap daya saing. Dengan menggunakan SPSS, diperoleh *output* sebagai berikut:

Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,849[a]	,720	,687	1,55618

a. Predictors: (Constant), Diferensiasi Produk, Orientasi Kewirauasahaan

b. Dependent Variable: Daya Saing

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa R-*square* sebesar 0,720 atau 72,0%. Nilai tersebut menunjukan bahwa Orientasi kewirausahaan dan Diferensiasi produk secara simultan dalam memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap daya saing sebesar 72,0%. Sedangkan sisanya sebesar 100% - 72,0% = 28,0% lainnya merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

Sedangkan untuk melihat besar pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, dilakukan perhitungan dengan menggunakan formula *Beta x Zero Order*. Beta adalah koefisien regresi yang telah distandarkan, sedangkan *zero order* merupakan korelasi parsial dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai *beta* dan *zero order* sebagai berikut:

Pengaruh Parsial

Coefficients[a]

Model		Standardized Coefficients	Correlations
		Beta	Zero-order
1	Orientasi Kewirauasahaan	,528	,794
	Diferensiasi Produk	,400	,752

a. Dependent Variable: Daya Saing

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilakukan perhitungan untuk memperoleh pengaruh parsial dari setiap variabel bebas sebagai berikut:

Orientasi kewirausahaan (X1)	0,528	x	0,794	=	0,420	=	42,0%
Diferensiasi produk (X2)	0,400	x	0,752	=	0,301	=	30,1%
Total Pengaruh				**=**	**0,720**	**=**	**72,0%**

Berdasarkan perhitungan di atas, diketahui bahwa pengaruh variabel Orientasi kewirausahaan (X1) terhadap

daya saing adalah sebesar 42,0% dan diferensiasi produk (X2) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 30,1%. Sehingga dapat disimpulkan variabel yang paling dominan mempengaruhi daya saing adalah orientasi kewirausahaan dengan besaran pengaruh yang diberikan sebesar 42,0%.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis untuk membuktikan apakah Orientasi kewirausahaan, dan diferensiasi produk, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap daya saing dengan rumusan hipotesis statistik sebagai berikut.

Ho: β1= β2,= 0

Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari Orientasi kewirausahaan dan diferensiasi produk terhadap daya saing di Toko Senapan Angin Cipacing Sumedang

Ha : β1≠β2≠ 0

Terdapat pengaruh yang signifikan dari Orientasi kewirausahaan dan diferensiasi produk terhadap daya saing di Toko Senapan Angin Cipacing Sumedang .

Probability = 0,05/5%

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

Uji F ANOVA

ANOVA[a]

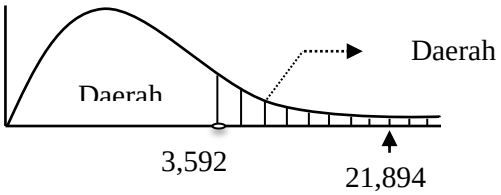
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	106,040	2	53,020	21,894	,000[b]
	Residual	41,169	17	2,422		
	Total	147,209	19			

a. Dependent Variable: Daya Saing

b. Predictors: (Constant), Diferensiasi Produk, Orientasi Kewirauasahaan

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 21,894 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai ini menjadi statistik uji yang akan dibandingkan dengan nilai F dari tabel dimana pada tabel F untuk α = 0,05 dan db1/df_1 (banyaknya variabel bebas): 2 dan db_2: n-k-1 (20-2-1) = 17 maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,592. Karena F_{hitung} (21,894) lebih besar dibanding F_{tabel} (3,592) maka pada tingkat kekeliruan 5% (α=0,05) diputuskan untuk menolak Ho dan menerima Ha. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa Orientasi kewirausahaan dan diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap daya saing di Toko Senapan Angin Cipacing Sumedang.



Kurva Uji F Simultan Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Diferensiasi Produk Terhadap Daya Saing Sentra Senapan Angin Cipacing)

Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Pengujian hipotesis parsial (uji-t) dilakukan untuk membuktikan apakah Orientasi kewirausahaan dan diferensiasi produk secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing dengan menggunakan program SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut:

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,296	1,899		-1,210	,243
	Orientasi Kewirauasahaan	,493	,160	,528	3,074	,007
	Diferensiasi Produk	,347	,149	,400	2,329	,032

a. Dependent Variable: Daya Saing

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

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

1. Orientasi kewirausahaan

H_o : β1 = 0 Secara parsial Orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Daya saing di Toko Senapan Angin Cipacing Sumedang.

H_1 : β1 ≠ 0 Secara parsial Orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Daya saing di Toko Senapan Angin Cipacing Sumedang.

2. Diferensiasi produk

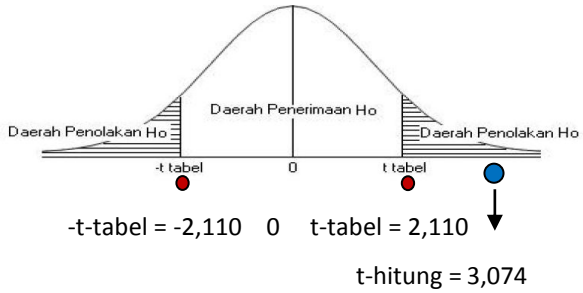
H_o : β2 = 0 Secara parsial diferensiasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Daya saing di Toko Senapan Angin Cipacing Sumedang.

H_2 : β2 ≠ 0 Secara parsial diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap Daya saing di Toko Senapan Angin Cipacing Sumedang.

Kriteria:

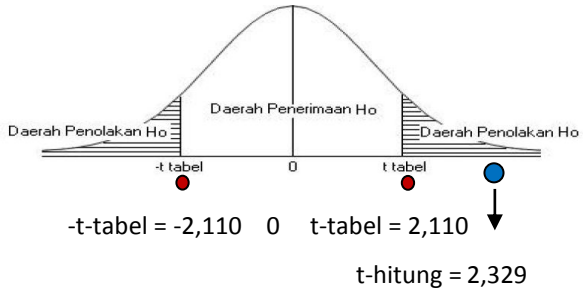
Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ / $-t_{hitung} < -t_{tabel}$

Tingkat signifikansi (α) sebesar 5%, db= (n-k-1) 20-2-1 = 17, dengan pengujian 2 pihak sehingga diperoleh t-tabel sebesar 2,110.



Grafik Penolakan dan Penerimaan Ho Variabel Orientasi kewirausahaan Terhadap Daya saing

Orientasi kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing karena nilai t-hitung (3,074) lebih besar dari t tabel (2,110) dan t hitung berada pada daerah penolakan H_0, sehingga Ho ditolak, artinya terdapat pengaruh secara signifikan dari Orientasi kewirausahaan terhadap daya saing di Toko Senapan Angin Cipacing Sumedang.



Grafik Penolakan dan Penerimaan Ho Variabel Diferensiasi produk Terhadap Daya saing

Diferensiasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing karena nilai t-hitung (3,329) lebih besar dari t tabel (2,110) dan t hitung berada pada daerah penolakan H_0, sehingga Ho ditolak, artinya terdapat pengaruh secara signifikan dari diferensiasi produk terhadap daya saing di Toko Senapan Angin Cipacing Sumedang.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Orientasi kewirausahaan Toko Senapan Angin Cipacing Sumedang tergolong cukup baik. Dimana untuk skor tertinggi berada pada Indikator Keproaktifan dan skor terendah berapada pada indikator Pengambilan Resiko.
2. Diferensiasi produk Toko Senapan Angin Cipacing Sumedang dinilai cukup baik. Dimana skor untuk skor tertinggi berada pada indikator Keistimewaan Produk dan terendah berada pada indikator Rancangan Produk.
3. Daya saing pengusaha Toko Senapan Angin Cipacing Sumedang tergolong cukup baik. Dari hasil di atas bisa menunjukkan skor tertinggi berada pada indikator Kualitas Produk dan sekor terendah pada indikator Keunggulan Produk.
4. Secara parsial Terdapat pengaruh yang signifikan dari orientasi kewirausahaan terhadap daya saing.
5. Secara parsial Terdapat pengaruh yang signifikan dari diferensiasi produk terhadap daya saing.
6. Secara simultan, orientasi kewirausahaan dan diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap daya saing.

Saran

1. Apabila dilihat dari hasil analisis mengenai orientasi kewirausahaan pada sentra Senapan Angin Cipacing Sumedang berada pada kategori cukup baik, namun indikator terendah ada pada pengambilan resiko, maka para pengusaha disarankan untuk meningkatkan pendidikan dengan cara mengikuti kepelatihan manajemen, keuangan dan pemasaran agar para pengusaha mampu meminimalisir resiko kerugian saat memproduksi dan menjual produk yang akan terjadi dan para pengusaha berani menghadapai resiko seperti berani menciptakan produk baru dengan memproduksi *air soft* dan

menambahkan variasi pada senapannya dengan teleskop yang bisa terlihat di malam hari.

2. Apabila dilihat dari hasil analisis mengenai Diferensiasi produk pada sentra Senapan Angin Cipacing Sumedang berada pada kategori cukup baik, namun pada indikator terendah pada indikator rancangan produk agar supaya tetap bisa bersaing dan mengembangkan usaha para pengusaha disarankan lebih kreatif lagi dalam memproduksi produknya supaya bisa menciptakan produk yang berbeda dengan yang lain dengan cara menambahkan ukirannya pada produk senapannya sehingga senapan angin yang di peroleh memiliki 2 kegunaan di satu sisi dapat menjadi pajangan yang indah di satu sisi dapat di gunakan untuk berburu.
3. Apabila dilihat dari hasil analisis mengenai Daya Saing pada sentra Senapan Angin Cipacing Sumedang berada pada kategori cukup baik. Dengan indikator terendah pada keunggulan produk, maka di sarankan pengusaha menambahkan keunggulan produknya dengan cara meningkatkan kekutan tembakan dan akurasi pada senapan anginnya.
4. Agar dapat terus bersaing perusahaan pada sentra Senapan Angin Cipacing Sumedang disarankan untuk meningkatkan Orientasi kewirausahaannya dengan cara mengikuti kepelatihan manajemen, keuangan dan pemasaran agar para pengusaha mampu meminimalisir resiko kerugian saat memproduksi dan menjual produk yang akan terjadi dan para pengusaha berani menghadapai resiko seperti berani menciptakan produk baru dengan memproduksi *air soft* dan menambahkan variasi pada senapannya dengan teleskop yang bisa terlihat di malam hari dan cara meningkatkan kekutan tembakan dan akurasi pada senapan anginnya maka akan dapat meningkatkan Daya Saing pada Sentra Senapan Angin Cipacing Sumedang.
5. Agar dapat terus bersaing perusahaan pada sentra Senapan Angin Cipacing Sumedang disarankan untuk meningkatkan Diferensiasi produknya dengan cara menambahkan ukirannya pada senapannya maka senapan anginnya bisa memiliki 2 kegunaan di satu sisi dapat menjadi pajangan yang indah di satu sisi dapat di gunakan untuk berburu dan cara meningkatkan kekutan tembakan dan akurasi pada senapan anginnya maka akan dapat meningkatkan Daya Saing pada Sentra Senapan Angin Cipacing Sumedang.
6. Agar dapat terus bersaing perusahaan pada sentra Senapan Angin Cipacing Sumedang disarankan untuk meningkatkan Orientasi kewirausahaannya dan Diferensiasi produknya dengan cara mengikuti kepelatihan manajemen, keuangan dan pemasaran agar para pengusaha mampu meminimalisir resiko kerugian saat memproduksi dan menjual produk yang akan terjadi dan para pengusaha berani menghadapai resiko seperti berani menciptakan produk baru dengan memproduksi *air soft* dan menambahkan variasi pada senapannya dengan teleskop yang bisa terlihat di malam hari dan menambahkan ukirannya pada senapannya maka senapan anginnya bisa memiliki 2 kegunaan di satu sisi dapat menjadi pajangan yang indah di satu sisi dapat di gunakan untuk berburu dan juga meningkatkan kekutan tembakan dan akurasi pada senapan anginnya maka akan dapat meningkatkan Daya Saing pada Sentra Senapan Angin Cipacing Sumedang.

DAFTAR PUSTAKA

Agus, Rahayu.2008.Strategi Pemasaran Model Untuk Keunggulan. Bandung: Rizqi Press

Andriani Suryanita. 2006. Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kompetensi Pengetahuan Terhadap Kapabilitas Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. Tesis. Universitas Diponegoro, Semarang.

Asshiddieqi. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Produk

Crooz di Distro Ultraa Store Semarang)

Buchari Alma. 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Penerbit Alfabeta.

Covin, J.G. & Slevin, D.P. (1989). Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments. Strategic Management Journal 10, 1, 75-87.

Cravens, David. W, 1996, Pemasaran Strategi, Erlangga

Cynthia Vanessa dan 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 Hal. 1214 – 1224 ISSN 2303-1174

Dyne V.L and Graham, J. W . 2008. "Organizational Citizenship Behavior" Construct Redention Measurement and Validation" Academy Management Journal

Doukakis.C Leonidas.2010. The persistence of earnings and earnings components after the adoption of IFRS, Department of Accounting and Finance, Athens University of Economics and Business, Athens, Greece.

Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti.(2007).Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial.Yogyakarta:Gava Media.

Eddy Soeryanto S. 2014.Entrepreneurship: Menjadi Pebisnis Ulung edisi Revisi. Jakarta: Penerbit PT. Elex Media Komputindo. Kompas Gramedia

Freddy Rangkuti. 2003. *Measuring Costumer Satisfaction*, *teknik mengukur dan strategi meningkatkan kepuasan pelanggan plus analisis kasus PLN-JP*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Gujarati, Damodar, 2003, Ekonometri Dasar. Terjemahan: Sumarno Zain, Jakarta: Erlangga.

Hanafiah, K A. 2011. Rancangan Percobaan. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada

Husein Umar. 2004. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Harun Al rasyid, 1996, *Teknik Penarikan Sampel Dan Penyusunan Skala*.

Bandung : Program Pasca Sarjana, Universitas Padjadjaran.

Hays, W. L., 1969. Quantification in Psychology. Prentice Hall of India Private Limited. New Delhi

Josiel Driand Panensolang Hendra N. Tawas. 2015. Pengaruh Diferensiasi, Kualitas produk dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian cocacola pada PT. Bangun wenang berverges company di manado

Kuncoro, M. 2008. Strategi; bagaimana keunggulan kompetitif?, Jakarta, Erlangga

Kutcher, Kevin. 2000. Differentiation. Rural telecommunications 19 (1) : 14

Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2001. Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta.

Kotler, Philip & Keller K.L. 2009. Manajemen Pemasaran, Thirteenth edition. Jilid 1, PT. Erlangga, Jakarta

Kotler,P., Armstrong,G., Ang,G.H., Leong,S.M., Tan,C.T., dan Tse,D.K. 2005. Principles of Marketing: An Asian Perspective. Singapore: Pearson Prentice Hall.

Kotler & Keller, 2009, Manajemen Pemasaran Edisi 13 jilid 1, Jakarta: Erlangga

Kotler & Keller, 2009, Manajemen Pemasaran Edisi 13 jilid 2, Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Jilid 2, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong.(2010). Principles of Marketing. 13th Edition.Prentice-Hall, Inc. New Jersey

Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsipPemasaran. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Lumpkin, G.T., & Dess, G.G. (1996). Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. Academy Of Management Review, Volume 21

Looy, van B, *et al* (2003). Service managemen An intregrated Approach, Financial Times/Pitman, London.

Maeziyeh Bayat (2010), COMPETITIVE ADVANTAGES AND STRATEGIC INFORMATION SYSTEMS

Mega Usvita. 2015. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan Melaluli Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening (Survei Pada UKM Pangan Dinas PERINDAGTAMBEN Kota Padang). E-jurnal Apresiasi Ekonomi, Vol. 3, No. 1, Januari. Hal. 31-37. ISSN: 2337-3997

Nawangsih. 2016. Peranan Strategi Diferensiasi Produk Berbasis Creative Enterpreneur untuk meningkatkan Keunggulan Kompetitif Produk. ISBN 978-602-60569-2-4

Ndaru Kusuma Dewa,. 2009. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli (Studi Kasus StarOne di Area Jakarta Pusat). Thesis. Semarang:Universitas Diponegoro

Porter, M.E., (1994), “Keunggulan Bersaing”, Tim Penerjemah Binarupa Aksara., Jakarta: Binarupa Aksara

Porter. 1993. Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Memperthankan. Jakarta: Erlangga.

Porter, Michael E. (2008). Competitive Advantage (Menciptakan dan empertahankan Kinerja Unggulan). Kharisma Publishing Grup.

Puji. dkk. 2012. “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang”. Jurnal Manajemen vol.09 no.4. Karawang. http://jurnal.feunsika.ac.id. Halaman 860-861

Ratna Paryanti. 2015. Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing (studi pada Hotel Resty Menara Pekanbaru). Jom FISIP Volume 2 no 2 Oktober 2015 .Universitas Riau

Reswanda. 2011. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Pembelajaran Organisasi, Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan dan Kinerja Usaha pada UMKM Kerajinan Kulit Berorientasi Ekspor di Sidoarjo. Journal of Small Business Management.

Santoso, S. 2010. Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Suryanita A, 2006, “Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kompetensi Pengetahuan terhadap Kapabilitas untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran”, Thesis, Universitas Diponegoro, Semarang

Suryanita Weningtyas, *et. al*.2006. Penghentian Prematur atas Prosedur Audit. Simposium Nasional Akuntasni 9. Agustus. Padang

Supomo Bambang dan Nur Indriantoro, 2002, Metodologi Penelitian Bisnis,

Cetakan Kedua, Yogyakara; Penerbit BFEE UGM.

Sensi Tribuana Dewi. (2006). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Batik di Kota dan Kabupaten Pekalongan). Tesis. Universitas Diponogoro, Semarang.

Siguaw, Judy A., Penny M. Simpson, and Thomas L. Baker (1998), “Effects of Supplier

Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sugiyono, 2011, Metodologi Penelitian Bisnis, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2010. Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung: ALFABETA

Tumar Sumiharjo . 2008 daya saing berbasis potensi daerah,:puskomedia bandung

Utami.2012.PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN IKM KOTA PADANG DENGAN DIFFERENTIATION STRATEGY SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. Jurnal Apresiasi Ekonomi Vol.2 No.1. portalgaruda.org/?ref...journal...Volume%202,%20Nomor%201. Diakses pada 11 April 2015 pukul 07.00

Utama, Wandra M. (2009). “Pengaruh Adaptabilitas Lingkungan dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kualitas Aliansi Untuk Meningkatkan Keunggulan 74 Bersaing (Studi Kasus Pada PT Pos Indonesia Jawa Barat”. Tesis S2 Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.

Weerawardena, Jay. (2003). “Exploring The Role of Market Learning Capability in Competitive Strategy”. European Journal of Marketing. Vol.37,p.407-429.

W. Zimmerer, M Scarborough, 2008. Kewirausahaan dan manajemen usaha kecil 1, Edisi kelima. Jakarta. Salemba Empat

Wahid Sulaiman, 2004, Analisis-Analisis Regresi menggunakan SPSS, Yogyakarta : ANDI.

Yudhiarina, Bobby, 2009. Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk, Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen PadaPerusahaan Rokok PT. HM. SAMPOERNA

Yularto, A. Dan A. Chariri, 2003. Analisis Perbandingan Luas Pengungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta Sebelum Krisis dan Pada Periode Krisis.. Jurnal Maksi vol. 2, Januari pp. 35-51.

Zimmerer, Thomas W. dan Norman Scarborough. 2008. Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil. Jakarta: Salemba Empat.