MENCIPTAKAN KEUNGGULAN BERSAING MELALUI KEUNIKAN PRODUK DAN KREATIVITAS PADA PENGUSAHA FASHION HIJAB DI BALUBUR TOWN SQUARE BANDUNG

Oleh :

Nurul Arifah

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis menciptakan keunggulan bersaing melalui keunikan produk dan kreativitas pada pengusaha fashion hijab di Balubur Town Square Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan verifikatif, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah random sampling. Analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, analisis korelasi analisis koefisien determinasi dengan uji hipotesis menggunakan uji-T dan uji-F dengan menggunakan software SPSS 21.0. Hasil penelitian yang diperoleh dengan analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut: hasil penelitian deskriptif yang menunjukan bahwa keunggulan bersaing, keunikan produk dan kreativitas masuk dalam kategori cukup baik. Selanjutnya hasil penelitian verifikatif menunjukakan bahwa keunikan produk dan kreativitas memiliki peran signifikan terhadap keunggulan bersaing baik secara parsial atau simultan. Diantara variable keunikan produk dan kreativitas yang paling menentukan adalah variable keunikan produk.
Kata Kunci : Keunggulan Bersaing, Keunikan Produk, Kreativitas

CREATE THE COMPETITIVE ADVANTAGE THROUGH PRODUCT UNIQUNESS AND CREATIVITY IN HIJAB FASHION ENTREPRENEURS AT BALUBUR TOWN SQUARE BANDUNG

***Abstract**: This study aims to analyze creates a competitive advantage through product uniqueness and creativity entrepreneurs fashion hijab Balubur Town Square in Bandung. The methods used in this research is descriptive method with the verifikatif approach, samples used in this study was a random sampling. The analysis used multiple linear regression analysis, namely, classic assumption test, an analysis of the correlation coefficient determination analysis with test the hypothesis test using the-T and-F test using SPSS software 21.0. The research results obtained by multiple linearregression analysis are as follows: a descriptive research results showed that competitive advantage, the product uniqueness and creativity fall into the category is good enough. Next verifikatif research results indicate that the uniqueness of the products and the creativity has a significant role against a competitive advantage either partially or simultaneous. Among the variable product uniqueness and creativity the most decisive is the variable of the uniqueness of the product.*
Key Words: Competitive Advantage, The Product Uniqueness, Creativity.

Keywords: Entrepreneurship Orientation, Product Innovation, Competitive Advantage

PENDAHULUAN

Pada era ini perkembangan fashion muslim sedang membuming dan kian terdengar. Fashion muslim melakukan perubahan- perubahan yang terus menerus dari gaya konservatif menjadi kontemporer dan berjiwa muda. Banyak faktor yang mempengaruhi fashion muslim terus berkembang yaitu dari banyaknnya komunitas muslim hingga diselenggarakannya berbagai macam bazar, dan peragaan busana muslim.Industri fashion merupakan salah satu industri yang berkembang dengan cepat serta menghasilkan sumber pendapatan yang cukup besar bagi Negara. Pada penelitian (Larasati 2015) salah satu faktor yang membuat industri fashion muslim di Indonesia berpengaruh meningkatkan pertumbuhan ekspor dalam ekonomi

kreatif adalah fenomena fashion busana muslim atau popular dengan sebutan fashion hijab. Berkembangnya industri fashion hijab di Indonesia diprediksi dapat menghantarkan Indonesia menjadi Negara pusat industri fashion muslim dunia. Pada tahun 2012, para designer fashion yang tergabung dalam Asosiasi Perancang Pengusaha Mode Indonesia (APPMI) mempunyai mimpi untuk mengembangkan fashion muslim hingga ke mancanegara. Tahun 2015 APPMI memulai kampaye industri busanan muslim dan Indonesia sudah mampu menembus pasar ASEAN, 2020 mampu menembus pasar Asia, dan 2025 sudah menempuh pasar dunia (ketua APPMI, Taruna K). Sumber : www.kemenperin.go.id

KAJIAN PUSTAKA

Keunikan Produk

Menurut Salim Kartono (2010:97) keunikan produk adalah supplier yang memproduksi produk yang sangat spesifik agar perusahaan memiliki posisi tawar yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang produknya merupakan produk komoditas. Menurut Pietra Sarosa (2004:38) keunikan produk adalah nilai tambah yang membuat produk tampil beda dibandingkan dengan pesaing lain. Keunikan produk atau layanan suatu perusahaan menjadi penting dan harus selalu ditingkatkan. Dengan terus mengembangkan keunikan suatu produk, maka akan terbentuk image produk yang menjadi pembeda diantara produk yang ada di pasaran.

Menurut Michael Porter (2008:155) sebenarnya setiap aktivitas merupakan sumber yang potensial untuk menciptakan keunikan. Diferensiasi yang berhasil dan sukses adalah menciptakan keunikan lewat sejumlah aktivitas primer dan aktivitas pendukung. Seperti aktivitas pengembangan teknologi yang dapat mendorong pembuatan desain produk yang memungkinkan produk tersebut memiliki keuikan.

1. Bentuk
2. Keistimeaan
3. Mutu kerja
4. Mutu kesesuaian
5. Daya tahan
6. Keandalan
7. Mudah diperbaiki
8. Gaya
9. Rancangan

Kreativitas

Menurut Suryana (2003;10) dalam penelitian Ernani Hadiyati (2011:10) Kreativitas adalah berfikir sesuatu yang baru. Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara- cara baru dalam memecahkan persoalan dalam peluang. Kreativitas merupakan suatu kemampuan seseorang di dalam menghasilkan ide-ide maupun produk baru dan sesuai dengan tuntutan keadaan, di mana ide-ide maupun produk tersebut dibutuhkan

1. Ingin tahu
2. Optimis
3. Flexible
4. Mencari solusi dari masalah
5. Orisinil
6. Suka berimajinasi

Keunggulan bersaing

Menurut Prakosa (2005) dalam Cynthia Vanessa Djodjobo dan Hendra N Tawas (2014:1217) Keunggulan bersaing merupakan strategi keuntungan dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkopetensi lebih efektif dalam pasar. Strategi yang didesain berwujuan untuk mencapai keunggulan bersaing yang terus menerus agar perusahaaan dapat terus menjadi pemimpin pasar. Menurut Kotler *et al* (2005) dalam Cynthia Vanessa Djodjobo dan Hendra N. Tawas (2014:1217) keunggulan bersaing dianggap sebagai keuntungan dibanding kompetitor yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih pada konsumen dibanding penawaran competitor

Menurut Bharadwaj (1993) dalam penelitian Catarina Cori Pradya Paramita (2015:128) indikator keunggulan bersaing adalah :

1. Bernilai
2. Berbeda dengan yang lain.
3. Tidak mudah digantikan

METODE PENELITIAN

metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan verifikatif karena penulis ingin mendeskripsikan. Menciptakan keunggulan bersaing melalui keunikan produk dan kreativitas pada pengusaha fashion hijab di balubur town square bandung

Metode deskriptif menurut Sugiyono (2011:147) “Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

Mashuri (2008 : 45) menyatakan bahwa Metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan.”

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode random sampling yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, dengan jumlah responden sebanyak 72 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan peneliti dengan maksud untuk menganalisis hubungan linear antara variabel independen dengan variabel dependen. Dengan kata lain untuk mengetahui besarnya pengaruh keunikan produk dan kreativitas terhadap Keunggulan Bersaing. Dengan menggunakan *software SPSS* 21*.0*, diperoleh hasil uji sebagai berikut:

Keunggulan Bersaing = 2,795 + 0,247(Orientasi Kewirausahaan) + 0,213 (Inovasi Produk)

C = -2,795 menunjukan bahwa ketika kaunikan produk dan kreativitas bernilai (0) dan tidak ada perubahan, maka keunggulan bersaing diprediksi akan bernilai sebesar -2,795.

β_1 = 0,247 Menunjukan bahwa ketika keunikan produk ditingkatkan, diprediksi akan meningkatkan keunggulan bersaing sebanyak 0,247.

β_2 = 0,213 menunjukan bahwa ketika kreativitas ditingkatkan, diprediksi akan meningkatkan keunggulan bersaing sebanyak 0,213 kali.

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

Syarat lolos uji normalitas, nilai probability harus lebih besar dari 0,05 (> 5%), dengan menggunakan *software SPSS versi 21.0*, diperoleh hasil perhitungan nilai Kolmogorov Smirnov sebesar 0,191 lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa residu dalam model berdistribusi secara normal, sehingga model telah memenuhi salah satu asumsi untuk dilakukan pengujian regresi.

Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinieritas, yaitu dengan melihat angka VIF (*Variance Inflation Factor*) harus kurang dari 10 dan angka *tolerance* lebih dari 0,1. Berdasarkan nilai VIF yang diperoleh nilai *tolerance* untuk seluruh variabel bebas > 0,1 dan nilai VIF seluruh variabel bebas < 10, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada data tersebut.

Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya pelanggaran heteroskedastisitas, dapat dilihat dengan menggunakan uji gletser, yaitu dengan mengregresikan variable bebas dengan nilai absolut residual dengan ketentuan jika nilai signifikansi < 0,05 maka variance residual bersifat heteroskedastisitas. Dan jiaka nilai signifikansi > 0,05 maka nilai variance residual bersifat heteroskedastisitas. Diperoleh hasil sig sebesar kenikan produk sebesar 0,128 dan kreativitas sebesar 0,183 nilai signifikansi masing-masing variable > 0,05 menunjukan bahwa data yang digunakan memiliki variance yang homogeny yaitu heteroskedastisitas dapat terpenuhu.

ANALISIS KORELASI

Dari pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Keeratan hubungan kedua variabel independen (Keunikan Produk dan Kreativitas) secara simultan dengan Keunggulan Bersaing memiliki nilai korelasi sebesar 0,693 menunjukkan bahwa termasuk dalam kriteria hubungan yang sangat kuat karena berada pada interval (0,8-1,00) sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang sangat kuat antara Keunikan Produk dan Kreativitas dengan Keunggulan Bersaing.
2. Keeratan hubungan antara Keunikan Produk (X_1) dengan Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,606 menunjukan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah, dimana semakin baik Keunikan Produk maka akan diikuti dengan tingginya keunggulan bersaing. Berdasarkan koefisien korelasi, angka sebesar 0,606 termasuk dalam kategori hubungan yang kuat karena berada pada rentang interval (0,60-0,799).
3. Keeratan hubungan antara Kreativitas (X_2) dengan Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,549 menunjukan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah, dimana semakin baik kreativitas maka akan diikuti dengan tingginya keunggulan bersaing. Berdasarkan koefisien korelasi, angka sebesar 0,459 termasuk dalam kategori hubungan yang sangat kuat karena berada pada rentang interval (0,80-1,000).

ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI

Dari hasil yang diperoleh tampak nilai R-squared sebesar 0,693 atau 48% menunjukkan bahwa keunikan produk dan Kreativitas secara simultan dalam memberikan pengaruh terhadap Keunggulan Bersaing sebesar 48% sedangkan sisanya 52%% dipengaruhi oleh variabel lain.

Secara parsial diketahui bahwa pengaruh Keunikan Produk terhadap Keunggulan Bersaing adalah sebesar 27,9% dan Kreativitas sebesar 20,1%, sehingga dapat disimpulkan variabel yang paling dominan mempengaruhi Keunggulan Bersaing adalah Keunikan Produk dengan besaran pengaruh yang diberikan sebesar 27,9%.

PENGUJIAN HIPOTESIS

1. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

- Keunikan Produk Kreativitas dan Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, terlihat bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh sebesar 31,826. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai F-tabel pada tabel distribusi F. Dengan α=0,05, db_1=2 dan db_2=69, diperoleh nilai F-tabel sebesar 3,131. Dari nilai-nilai di atas, terlihat bahwa nilai F_{hitung} (31,826) > F_{tabel} (3,131), sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya secara simultan kedua variabel bebas yang terdiri dari keunikan produk dan kreativitas berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada pengusaha fashion hijab di Balubur Town Square Bandung

2. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

- Keunikan Produk

- Keunggulan Bersaing

Secara parsial Keunikan Produk terhadap Keunggulan Bersaing tingkat α=0,05, df=n-k-1=72-2-1= 69, diperoleh nilai t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar ±1,995. Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 4,868, berada diluar nilai t-tabel (-1,995 dan 1,995). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial keunikan produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada pengusaha fashion hijab di Balubur Town Square Bandung. Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

- Kreativitas
- Keunggulan Bersaing

Secara parsial Kreativitas terhadap Keunggulan Bersaing tingkat signifikansi α=0,05, df=n-k-1=72-2-1= 69, diperoleh nilai t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar ±1,995. Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 3,862, berada diluar nilai t-tabel (-1,995 dan 1,995). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial kreativitas berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada pengusaha fashion hijab di Balubur Town Square Bandung

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Keunikan produk, Kreativitas, dan Keunggulan Bersaing pada pengusaha Fashion Hijab di Balubur Town Square yang termasuk kedalam kategori cukup baik. Keunikan produk diukur dalam 9 indikator yaitu bentuk, keistimewaan, mutu kerja, mutu kesesuaian, daya tahan, keandalan, mudah diperbaiki, gaya, rancangan. Indikator mutu kerja memperoleh persentasa skor tertinggi dengan kategori baik sedangkan indikator bentuk memperoleh persentase terendah dengan kategori kurang baik .
   Kreativitas yang didalamnya diukur melalui 6 indikator yaitu ingin tahu, Optimis, flexible, Mencari solusi dari masalah, Orisinil dan Berimajinasi. Indikator berimajinasi memperoleh persentase tertinggi dengan kategori cukup baik. Indikator Orisinil memperoleh persentase terendah dengan kategori cukup baik

   Keunggulan Bersaing yang didalamnya diukur melalui 3 indikator yaitu bernilai, berbeda dengan yang lain, tidak mudah digantikan. Indikator tidak mudah digantikan memperoleh persentase tertinggi dengan kategori cukup baik dan berbeda dengan yang lain memperoleh persentase terendah dengan kategori cukup baik
2. Secara parsial, pencapaian keunggulan bersaing ditentukan oleh keunikan produk memiliki hubungan positif dan signifikan, hal ini ditunjukan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pegaruh yang signifikan dari keunikan produk terhadap keunggulan bersaing Pada Pengusaha Fashion Hijab di Balubur Town Square Bandung.
3. Secara parsial, pencapaian keunggulan bersaing ditentukan oleh kreativitas pada pengusaha fashion hijab di Balubur Town Square Bandung memiliki hubungan positif, hal ini ditunjukan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan dari keunikan produk terhadap keungguan bersaing pada Pengusaha Fashion Hijab di Balubur Town Square.

4. Secara simultan, pencapaian keunggulan bersaing ditentukan oleh keunikan produk dan kreativitas pengusaha fashion hijab di Balubur Town Square , ini ditujukan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan dari keunikan produk dan kreativitas terhadap keunggulan bersaing pada pengusaha Fashion Hijab di Balubur Town Square Bandung.

Saran

1. Berdasarkan Keunikan produk pada pengusaha fashion hijab di Balubur Town Squre Bandung ditemukan adanya indikator bentuk produk yang lemah. Hal ini dikarenakan bentuk dari produk fashion hijab yang masih monoton. Sebaiknya dalam bentuk produk pengusaha dapat selalu berinovasi dan dapat mengikuti selera konsumen yaitu dengan produk fashion hijab dibuat sesuai ciri khas pengusaha, tidak meniru rancangan dari pengusaha lain dan percaya diri terhadap rancangan yang dibuat sendiri.
   Kreativitas pengusaha fashion hijab di Balubur Town Squre Bandung ditemukan adanya indikator orisinil yang lemah. Hal ini dikarenakan pengusaha belum dapat membuat produk yang asli dengan rancangan pengusaha itu sendiri, sebaiknya dalam pembuatan produk yang orisinil harus dapat ditingkatkan lagi yaitu dengan merancang produk sesuai ciri khas pengusaha, menciptakan rancangan yang terbaik tidak meniru produk pesaing.
   Keunggulan bersaing pengusaha fashion hijab di Balubur Town Square Bandung ditemukan adanya indikator berbeda dengan yang lain yang lemah. Hal ini dikarenakan produk fashion hijab di Balubur Town Square masih banyak kesamaan dengan pesaing. Pada kondisi ini sebaiknya pengusaha dapat membuat produk yang lebih unik dan berbeda dengan pesaing yaitu pembuatan produk menggunakan bahan yang berbeda, lebih berkualitas, dan dengan motif hijab yang bervariasi.
2. Pencapaian Keunggulan Bersaing Terhadap Keunikan Produk Pengusaha Fashion Hijab Di Balubur Town Square Bandung, dapat dikatakan cukup baik. Pada kondisi ini dengan tercapainnya keunggulan bersaing yang berkesinambungan pengusaha harus memiliki produk yang unik dan berbeda dengan pesaing. Maka peneliti menyarankan sebaiknya pengusaha dapat membuat produk yang lebih unik untuk dapat memberikan produk yang unggul dari pesaingnya yaitu dengan membedakan komponen pembuatan, yang terdiri dari kain dan sablon yang lebih ramah untuk para pemakai fashion hijab.
3. Pencapaian Keunggulan Bersaing Terhadap Kreativitas pengusaha fashion hijab di Balubur Town Square Bandung, dapat dikatakan cukup baik. Pada kondisi ini untuk dapat tercapainya keunggulan bersaing dibutuhkan kreativitas pengusaha yang berkelanjutan untuk dapat memenuhi keinginan konsumen. Maka peneliti menyarankan pengusaha fashion hijab di Balubur Town Square Bandung diharapkan dapat membuat produk dengan kreativitas pengusaha dan dapat memberikan kesan kepada konsumen bahwa produk yang diberikan pengusaha selalu baru dan unik.
4. Pencapaian Keunggulan Bersaing yang ditentukan oleh Keunikan Produk dan

Kreativitas pada Pengusaha Fashion Hijab di Balubur Town Square dapat dikatakan cukup baik. Pada kondisi ini untuk dapat terciptannya Keunggulan Bersaing sebaiknya produk yang unik dan berbeda dengan pesaing selalu dapat diciptakan oleh pengusaha yaitu dengan kreativitas yang berkelanjuatan, untuk mendapatkan produk yang unik dan berbeda dengan pesaing pengusaha sebaiknya dapat memaksimalkan kreativitas yang dimiliki, menciptakan cara-cara baru, ide-ide baru untuk dapat memaksimalkan usahanya dan memajukan usahanya agar lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Catarina Cori Pradnya Paramita. 2015. *Pengaruh Kompetensi Individu, Orientasi Kewirausahaan,dan Pesaing dalam Mencapai Keunggulan Bersaing Melalui Kualitas Produk Studi pada UKM Furniture di Kota Semarang.* Jurnal Manajemen Vol.10 No.1.Mei.

Cynthia Vanessa Djodjobo 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, September. Hal. 1214-1224. ISSN 2303-1174

Ernani Hadiyati.2011.*Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil.* Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.13,NO.1, Maret 8-6

Mashuri, 2008. *Penelitian Verifikatif*. Andi:Yogyakarta

Michael Porter E. 2008.*Competitif Advantage* ,Karisma Publishing Group.

Pietra Sarosa. 2004. *Kiat Praktis Membuka Usaha: Mewaralabakan Usaha Anda*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.

Salim Kartono.2010. *Crisis To Win.* TransMedia.

Suryana. 2003. *Kewirausahaan.* Salemba Empat, Jakarta

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.