Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing
(Survei Pada Sentra Susu Cipageran Cimahi)

The Influence Of Entrepreneurial Competence and Product Innovation On Competitive Advantage
(Survey On Cipageran Milk Center Cimahi)

Rona Mahesa
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia
mahesarona77@gmail.com

Raeni Dwi Santy
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia
raeny.wijaya@gmail.com

Abstract *- This research was conducted at Industrial Centre of Susu Cipageran Cimahi. The phenomenon occurs in the industrial centre in the entrepreneurial competence less understand the business environment asa well as product innovation that causes less excels in competing. The influence of entrepreneurial competence and product innovation to competitive advantage at Centre of Susu Cipageran Cimahi both partially and simultaneously. The method of this research is descriptive and verificative method.The unit analysis in this research is 30 business owners in the centre. The statistic test used an of validity, reliability, multiple regression analysis, correlation, coefficient of determination, hypothesis test, using use the help of SPSS 21 for windows application program. The results of the analysis show the Entrepreneurial Competence category is quite good with the ability of dealing with costumers as the highest indicator and the abilty to understand the business environment. The product innovation are in a quite good category with the highest indicator is the expansion of the product and the lowest indicator is the new product. The competitive advantage is in quite good category with the highest indicator is the competitive price and the lowest is the flexibility. The Entrepreneurial Competence affects Competitive Advantage. While Product Innovation affects Competitive Advantage. and simultaneously Entrepreneurial Competence and Innovation Product give influence to Competitive Advantage which means give positive result and significant.*

Keywords: Competence Entrepreneurship, Product.

PENDAHULUAN

Dengan semakin ketatnya pesaingan dibidang usaha dan perdagangan yang ada di Indonesia khususnya bagi usaha yang berskala kecil dan menengah. Maka perusahaan dituntut untuk melakukan berbagai cara sehingga dapat meningkatkan daya saing dan agar dapat memenuhi kebutuhan pasar sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Usaha kecil dan menengah (UKM) yang ada di Indonesia menjadi salah satu sumber penting bagi perdagangan produk dan jasa, maka menjadi kesempatan untuk para pedagang khususnya untuk UKM (Usaha Kecil Menengah) untuk terus melakukan perkembangan dalam usaha mereka agar dapat unggul dalam persaingan. Banyaknya UKM yang berkembang pun terjadi di Kota Cimahi, salah satu Sentra industri UKM yang ada di Kota Cimahi yaitu Sentra Susu Cipageran Cimahi. Terletak disebuah pemukiman warga di Jalan Karyabakti Kelurahan Cipageran, Kecamatan Cimahi Utara, Cimahi.

Fokus sentra ini adalah memproduksi berbagai macam produk olahan dari susu seperti sabun susu, sabun yoghurt, kerupuk susu yang diberi varian rasa seperti buah naga, wortel, dan tempe. Terdapat 30 pelaku usaha pengolah susu sapi perah ini terbagi menjadi 6 kelompok yang masing – masing kelompoknya memilki struktur organisasi tersendiri dengan pengolahan dan tata tersendiri untuk kepentingan bersama.Susu yang dihasilkan diolah secara rumahan dengan bahan-bahan alami dan dikerjakan langsung oleh ibu-ibu pengolah susu,terdapat 50 orang ibu-ibu pengolah susu yang tergabung dalam 6 kelompok.

Sentra Susu Cipageran Cimahi ini mengalami perkembangan yang cukup baik dalam hal usaha produksi olahan susu, namun persaingan UKM saat ini semakin ketat, terlebih sudah diberlakukannya MEA (Masyarakat Ekonomi Asia) pada akhir 2015 megharuskan para pelaku usaha bisnis untuk dapat mengembangkan produk mereka agar lebih dapat bersaing dari kompetitor lainnya tidak hanya pelaku bisnis dalam negeri tetapi juga bisnis dari luar negeri.

Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini yaitu**:**

1. Bagaimana Kompetensi Kewirausahaan pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.
2. Bagaimana Inovasi Produk pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.
3. Bagaimana Keunggulan Bersaing pada Senta Susu Cipageran Cimahi.
4. Bagaimana Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.
5. Bagaimana Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.
6. Bagaimana Pengaruh Kompetensi Kewirausaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.

Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini yaitu untuk mendapatkan data yang di butuhkan sebagai sarana sumber informasi untuk mengetahui Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.

Tujuan Penelitian

Maksud dari tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Kompetensi Kewirausahaan pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.
2. Untuk mengetahui Inovasi Produk pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.
3. Untuk mengetahui Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.

4. Untuk mengetahui Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.
5. Untuk mengetahui Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.
6. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersain pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.

Kegunaan Penelitian
Kegunaan Praktis

1. Manfaat Bagi Penulis
   Untuk mendalami pengetahuan tentang Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing .

2. Manfaat Bagi Perusahaan
   Diharapkan perusahaan dapat mengtahui seberapa besar Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing di perusahaan mereka.

Kegunaan Akademis

1. Sarana bagi program studi dalam menambah referensi serta untuk acuan dengan tulisan-tulisan yang terdahulu terkhusus pada Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing
   .
2. Teruntuk bagi penulis lain menjadi bahan referensi yang dapat dipakai jika penulis lain ingin melakukan penelitian yang sama

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Kewirausahaan

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2009:26) kewirausahaan adalah usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerja dan hasilnya berguna bagi orang lain.

Menurut Prima Fitri dan Amanda Febria Sari (2012:280) kompetensi kewirausahaan diartikan sebagai pengetahuan, keterampiallan, dan berpengaruh pada kinerja.

Menurut Yuyun Wirasamita dalam Ishak Hasan (2011:42) indikator kompetensi kewirausahaan yaitu:

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

Inovasi Produk

Hurley and Hult (1998) dalam Aang Curatman (2016:64) mendefinisikan inovasi produk sebagai sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang memuaskan pelanggan.

Sedangkan definisi inovasi produk menurut Myers dan Marquis (1969) dalam Setyani Sri Haryanti (2016:3) adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain. Jadi inovasi bukanlah sebuah konsep atau suatu ide baru, penemuan baru atau juga bukan merupakan suatu perkembangan dari suatu pasar yang baru saja tetapi inovasi merupakan gabungan dari semua proses-proses tersebut.

Menurut **Wahyono (2002:30)** dalam **Adijati Utaminingsih (2016:81**) mengemukakan inovasi produk memiliki indikator sebagai berikut :

1. Perluasan Produk (*line extensions*)
   Perluasan produk adalah produk yang sudah familiar bagi suatu organisasi bisnis namun baru di pasaran.
2. Peniruan Produk (*me-too products*)
   Peniruan produk adalah produk yang dianggap baru oleh pelaku bisnis namun familiar di pasaran.
3. Produk Baru (*new-to-the-world products*)
   Produk baru adalah produk yang dianggap baru baik oleh bisnis maupun oleh perusahaan.

Keunggulan Bersaing

Menurut Porter (1993:110) dalam Marchelina Malumbot dan Sem G. Oroh (2015:159) keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah jantung kinerja perusahaan dalam pasar bersaing. Dewasa ini pentingnya keunggulan bersaing tidak mungkin diabaikan lagi. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan perusahaan bagi para pembelinya yang lebih dari biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk menciptakannya. Nilai atau manfaat inilah yang sedia dibayar oleh pembeli, dan nilai yang unggul berasal dari penawaran harga yang lebih rendah ketimbang harga pesaing untuk manfaat setara atau penawaran manfaat unik yang melebihi harga yang ditawarkan.

Prakosa (2005:53) dalam Cynthia Vanessa Djodjobo dan Hendra N. Tawas (2014:2017) keunggulan bersaing merupakan strategi keuntungan dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam pasar. Strategi yang didesain bertujuan untuk mencapai keunggulan bersaing yang terus menerus agar perusahaan dapat terus menjadi pemimpin pasar.

Menurut Siti Hajar dan Iputu Gede (2016:6591) terdapat 5 indikator, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Harga bersaing, adalah harga jual eceran yang rendah, baik sedikit atau banyak, dibandingkan harga jual eceran dari rata-rata pesaing.
2. Eksplorasi peluang, adalah mengindentifikasi peluang dengan cara-cara yang baru untuk mengembangkan sumber daya yang ada.
3. Pertahanan ancaman bersaing, adalah kemampuan perusahaan untuk bertahan dari ancaman bersaing untuk keberlangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan.
4. Fleksibilitas, adalah sebuah konsep untuk segera menanggapi perubahan lingkungan.
5. Hubungan pelanggan, adalah hubungan untuk mengetahui kebutuhan pelanggan lebih baik dari pesaing dengan harapan pelanggan loyal.

Kerangka Pemikiran

Dewasa ini sudah terjadi kemajuan yang cukup pesat, pengusaha dituntut untuk jeli melihat perkembangan pasar agar bisa unggul dan mampu bersaing sehingga menang dalam persaingan. Dengan begitu diharapkan perusahaan akan mendapatkan laba yang sebesar-besarnya dan bisa mempertahankan usahanya atau bahkan mengembangkan usahanya.

Di dalam ruang lingkup usaha yang semakin berdaya saing tinggi maka sangat dibutuhkan pengetahuan keahlian dalam bidang usaha yang perlu dimiliki oleh seorang pengusaha. Maka dapat dikatan bahwa salah satu faktor suatu perusahaan memiliki strategi bersaing yang tinggi yaitu bergantung pada kompetensi pengusahanya.

Menurut Reniati (2013:60) dalam Firman Adriansyah (2015) Kompetensi kewirausahaan adalah kesatuan dari pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*) dan kemampuan (*ability*) yang bersifat dinamis yang diperagakan oleh seorang wirausaha/organisasi sehingga terpancarkan dari perilakunya untuk mencapai kesuksesan dalam bisnisnya secara berkesinambungan.

Tak hanya itu inovasi produk pun merupakan faktor penentu berhasilnya keunggulan bersaing. Inovasi lebih dari sekedar ide yang baik. Suatu gagasan murni memegang peranan penting, dan pikiran yang kreatif mengembangkannya menjadi gagasan berharga.

Keunggulan bersaing yang diharapkan adalah keunggulan bersaing yang berkelanjutan, sehingga bisa menopang dan mengatasi ancaman-ancaman dari kompetitornya serta kondisi pasar yang kurang baik.. Keunggulan bersaing dapat tercipta apabila Sentra Susu Cipageran Cimahi melakukan 5 alternatif strategi seperti yang dikemukakan oleh Tjiptono (2008:25) dalam Amirullah,dkk (2016:103**)** yang menyatakan bahwa indicator pada keunggulan bersaing yaitu:

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

Maka dari itu para pengusaha harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing agar perusahaan memiliki *competitive advantage* (keunggulan bersaing) antara lain inovasi produk dan juga kompetensi yang dimiliki oleh seorang pengusaha seperti kecakapan, kemampuan, keahlian, maupun pengetahuan untuk menjalankan sebuah pekerjaan agar mendapatkan keunggulan bersaing yang baik.

Hipotesis

Dalam Sugiyono (2011: 64) "Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan".

Hipotesis penelitian bisa disebut sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul dan harus diuji secara empiris.

Maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Hipotesis Utama:

Terdapat pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing.

Sub Hipotesis:

H1: Variabel Kompetensi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kunggulan Bersaing.

H2: Variabel Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing.

Objek Penelitian

Definisi objek penelitian menurut (Sugiyono 2012,13) adalah "Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, *valid*, dan *reliable* tentang suatu hal (variabel tertentu)".

Objek Penelitian ini yaitu Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi. Pada penelitian ini penulis mengemukakan 2 variabel yang 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 Kompetensi

Kewirausahaan dan Inovasi Produk.

2. Variabel Dependent atau variabel tidak bebas (Variabel Y) yaitu variable yang dipengaruhi oleh variabel Independent. Variabel Dependent dalam penelitian ini adalah Keunggulan Bersaing.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya.

Menurut (Sugiyono 2014,2) metode penelitian adalah: "Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah."

Metode yang dipakai pada penelitian ini yaitu metode deskriptif verifikatif serta pendekatan kuantitatif, dengan memakai metode penelitian ini dapat diketahui keterkaitan yang signifikan dengan variable yang akan diteliti agar mendapatkan kesimpulan yang dapat memperjelas suatu gambaran objek yang diteliti.

Pengertian metode deskriptif menurut (Sugiyono 2014:53) yaitu "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."

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

Adapun metode ini bermaksud untuk pengujian hipotesis dengan memakai perhitungan statistik yaitu pengujian pengaruh dari variabel *independent* terhadap variabel *dependent* yang diteliti.

Berdasarkan jenis penelitiannya, yaitu penelitian deskriptif verifikatif, maka metode penelitian yang digunakan adalah *Explanatory Survey.*

Explanatory Survey adalah suatu survei yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara dua variabel melalui pengujian hipotesis, survei dilakukan dengan cara mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data.

Teknik Penentuan Data

Dalam menentukan suatu data yang dijadikan sampel perlu mengemukakan tentang populasi dan sampel terlebih dahulu.

Populasi

Dalam mengambil populasi diperlukan sejumlah orang yang akan diberikan kuisioner yang berisi pertanyaan berdasarkan indikator variabel yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2014:389) "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.

Populasi yang diambil oleh peneliti kali ini adalah pada Sentra Susu Cipageran Cimahi. Pemilihan jumlah populasi ini diambil dari semua pelaku usaha yang ada di sentra susu cipageran cimahi sebanyak 30 pelaku usaha untuk

memberikan data yang diperlukan dalam penelitian.

Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dapat dijadikan objek pada penelitian dan meguji suatu data. Metode yang dipakai pada penarikan sampel ini yaitu sampling jenuh atau sensus. Pengertian dari sampling jenuh atau sensus.

Menurut Sugiyono (2014:122) sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 30 pelaku usaha, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi di jadikan sampel.

Bisa diketahui apabila sampling jenuh atau sensus teknik penentuan sampel dengan cara menggunakan semua anggota populasi. Pada penelitian ini karena jumlah populasi yang terbatas maka tidak dapat memungkinkan untuk memakai sampel sehingga peneliti mengambil jumlah sampel yang sama dari populasi Pelaku Usaha di Sentra Susu Cipageran Cimahi Sebanyak 30 pelaku usaha.

Teknik Pengumpulan Data

Metode dalam pengumpulan data yang dilaksnakan yaitu berasal dari berbagai sumber sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penulis melaksanakan penelitian menggunakan metode lapangan yaitu dengan terjun langsung ke lapangan agar mendapatkan data dan sebagai bahan bukti di tempat penulis teliti. Penelitian lapangan yang dilaksanakan penulis adalah sebagai berikut:

a. Obvervasi, merupakan mengamati secara langsung kepada objek yang akan diteliti.
b. Wawancara, merupakan bertatap muka langsung dengan pihak-pihak yang terkait.
c. Kuesioner, merupakan daftar pernyataan yang berkaitan dengan obek penelitian yang sedang diteliti.

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian ini dilaksanakan untuk memperoleh data yang memiliki sifat teori untuk digunakan sebagai literatur yang mendukung pada penelitian ini. Data ini didapat dari berbagai sumber seperti buku-buku yang menjadi acuan serta kaitan dengan masalah yang diteliti.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

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

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan agar mengetahui apakah data pada model regresi berdistribusi secara normal. Model regresi yang baik yaitu data yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Pada penelitian ini, untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak maka dilakukan dengan memakai cara analisis *kolmogorov smirnov* dan analisis grafik *normal probability plot*. Pada dasarnya normalitas dapat diketahui dengan cara melihat nilai dari *asymp sig.* pada uji *kolmogorov smirnov* jika lebih besar dari 0,05 maka data dinyatakan normal.

Tabel 1
Uji *Kolmogorov Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,30183286
Most Extreme Differences	Absolute	,111
	Positive	,111
	Negative	-,081
Kolmogorov-Smirnov Z		,608
Asymp. Sig. (2-tailed)		,854

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

Pada hasil table di atas diperoleh nilai signifikansi *(Asymp. Sig. (2-tailed))* dari uji *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,854 dan lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

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

Tabel 2
Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kompetensi Kewirausahaan	,653	1,531
	Inovasi Produk	,653	1,531

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

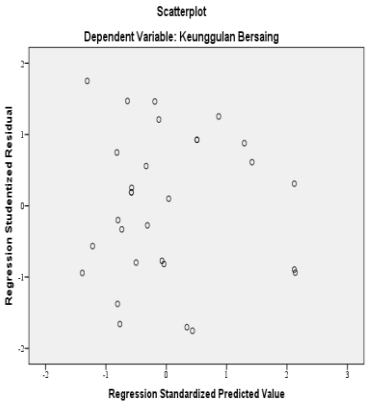
Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

Pada hasil tabel diatas diperoleh nilai *tolerance* untuk seluruh variabel bebas sebesar 0,653 lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF seluruh variabel bebas sebesar 1,531 lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada data tersebut.

Uji Heteroskedastisitas

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

Selanjutnya dilampirkan grafik *scatterplot* guna menganalisis apakah terjadi heterokedaktisitas atau tida terjadi heterokedaktisitas, alat pengujian yang dipakai oleh penulis yaitu melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (SDRESID) dengan residualnya (ZPRED).



Gambar 1
Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

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

Analisis Korelasi

Pada pengujian yang sudah dilaksanakan terdapat hasil sebagai berikut:

Tabel 3
Analisis Korelasi Parsial

Correlations

		Keunggulan Bersaing
Kompetensi Kewirausahaan	Pearson Correlation	,826
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
Inovasi Produk	Pearson Correlation	,766
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

1. Nilai korelasi yang didapat antara Kompetensi Kewirausahaan dengan Keunggulan Bersaing yaitu sebesar 0,826. Nilai korelasi tersebut bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah, dimana semakin baik kompetensi kewirausahaan maka akan diikuti dengan tingginya keberhasilan usaha.
2. Nilai korelasi yang didapat antara Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing yaitu sebesar 0,766. Nilai korelasi tersebut bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah, dimana semakin baik inovasi produk maka akan diikuti dengan tingginya keunggulan bersaing.

Tabel 4
Analisis Korelasi Simultan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,896[a]	,802	,787	1,34919

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Kompetensi Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

Dari data tabel diatas dipeeroleh nilai korelasi sebesar 0,896 apabila mengacu pada kriteria (Sugiono 2011,184) data tersebut termasuk dalam kriteria hubungan yang sangat kuat karena berada pada interval 0,8 – 1,000. Maka dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan yang sangat kuat antara kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk dengan keunggulan bersaing.

Analisis Koefisien Determinasi
Tabel 5
Analisis Determinasi Parsial

Coefficients[a]

Model		Standardized Coefficients	Correlations
		Beta	Zero-order
1	Kompetensi Kewirausahaan	,574	,826
	Inovasi Produk	,428	,766

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

Secara parsial diketahui bahwa pengaruh variabel kompetensi kewirausahaan (X1) terhadap keunggulan bersaing adalah sebesar 47,4% dan inovasi produk (X2) memberikan pengaruh kontribusi sebesar 32,8%. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi keunggulan bersaing yaitu kompetensi kewirausahaan sebesar 47,4%.

Tabel 5
Analisis Determinasi Simultan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,896[a]	,802	,787	1,34919

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Kompetensi Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

Diperoleh hasil yaitu R-*square* sebesar 0,802 atau 80,2%. Dari hasil tabel diatas menunjukan bahwa kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk secara

simultan memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap keunggulan bersaing sebesar 80,2% dan sisanya sebesar 100% - 80,2% = 19,8% adalah pengaruh dari variable yang tidak diteliti.

Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Pengujian hipotesis parsial (uji-t) dilaksanakan untuk membuktikan apakah kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan menggunakan program SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6
Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,955	1,285		,743	,464
	Kompetensi Kewirausahaan	,475	,088	,574	5,419	,000
	Inovasi Produk	,447	,111	,428	4,038	,000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

Pada hipotesis statistik secara parsial yang akan diuji dalam penelitian ini yaitu:

Kompetensi kewirausahaan

$H_o : \beta 1 = 0$ Secara parsial kompetensi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggullan bersaing di Sentra Susu Cipageran Cimahi

$H_1 : \beta 1 \neq 0$ Secara parsial Inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing di Sentra Susu Cipageran Cimahi.

Kriteria:

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

Tingkat signifikansi (α) sebesar 5%, db= (n-k-1) 30-2-1 = 27, dengan pengujian 2 pihak sehingga diperoleh t-tabel sebesar 2,052.

Kompetensi kewirausahaan memberikan pengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing karena nilai t-hitung (5,419) lebih besar dari t tabel (2,052) dan t hitung berada pada daerah penolakan H_0, sehingga Ho ditolak, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh secara signifikan dari kompetensi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing di Sentra Susu Cipageran Cimahi.

Man et all (2002) dalam Firman Adriansyah (2015) telah melakukan studi awal dalam kompetensi pengusaha dalam rangka mengkategorisasi semua identifikasi kompetensi dalam aktivitas yang relevan atau perilaku dalam konteks UKM, untuk mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan. Berdasarkan deskripsi diatas maka, ada hubungan kausalitas yang positif antara kompetensi kewirausahaan dengan keunggulan bersaing.

Inovasi Produk

$H_o : \beta 2 = 0$ Secara parsial lnovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan bersaing di Sentra Susu Cipageran Cimahi.

$H_2 : \beta 2 \neq 0$ Secara parsial lnovasi produk berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan bersaing di Sentra Susu Cipageran Cimahi.

Kriteria:

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

Tingkat signifikansi (α) sebesar 5%, db= (n-k-1) 30-2-1 = 27, dengan pengujian 2 pihak sehingga diperoleh t-tabel sebesar 2,052.

Inovasi produk mempengaruhi secara signifikan terhadap keunggulan bersaing,hal itu karena nilai t-hitung (4,038) lebih besar dari t tabel (2,052) dan t hitung berada pada daerah penolakan H_0, sehingga Ho ditolak, maka

dari itu terdapat pengaruh secara signifikan dari Inovasi produk terhadap keunggulan bersaing di Sentra Susu Cipageran Cimahi.

Menurut Aang Curatman (2016) tujuan utama dari inovasi produk adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan.

PENGUJIAN HIPOTESIS

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilaksanakan untuk mengetahui apakah Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk berpengaruh secara simultan serta signifikan terhadap Keunggulan Bersaing dengan menggunakan rumusan hipotesis statistik sebagai berikut.

H_o: $\beta 1 = \beta 2, = 0$ Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Susu Cipageran Cimahi

H_1: $\beta 1 \neq \beta 2 \neq 0$ Terdapat pengaruh yang signifikan dari Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Susu Cipageran Cimahi

Probability = 0,05/5%

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

Tabel 7
Uji F ANOVA

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	199,092	2	99,546	54,686	,000[b]
	Residual	49,148	27	1,820		
	Total	248,240	29			

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Kompetensi Kewirausahaan

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

Dari hasil tabel diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 54,686 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai ini merupakan uji statistk yang akan dibandingkan dengan nilai F dari tabel yang mana pada tabel F untuk $\alpha = 0,05$ dan db1/df_1 (banyaknya variabel bebas): 2 dan db_2: n-k-1 (30-2-1) = 27 maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,354. Karena F_{hitung} (54,686) lebih besar dibanding F_{tabel} (3,354) maka pada tingkat kekeliruan 5% (α=0,05) diputuskan untuk menolak Ho dan menerima Ha. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa kompetensi kewirausahaan dan Inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing di Sentra Susu Cipageran Cimahi

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Cynthia Vanessa Djodjobo dan Hendra Tawas (2014:1214) diperoleh bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil yang diperoleh pada penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di bab sebelumnya disertai dengan teori dan konsep yang mendukung penelitian ini yang berjudul Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing (Survei pada Sentra Susu Cipageran Cimahi), maka dari itu penulis mengambil beberapa kesimpulan diantaranya:

1. Kompetensi kewirausahaan yang di ukur melalui indikator memahai lingkungan bisnis,orientasi ke masa depan dan dan fleksibilitas,dan kemampuan berhubungan dengan pelanggan. Untuk indikator kemampuan berhubungan dengan pelanggan memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori cukup baik, dan indikator kemampuan

memahami lingkungan bisnis memperoleh persentase skor terendah dalam kategori cukup baik. Pada keseluruhan semua indikator berada pada kategori cukup baik. Maka dari itu Kompetensi Kewirausahaan di Sentra Susu Cipageran Cimahi masih harus perlu dibenahi karena banyaknya usaha serupa yang berdampak pada menurunnya usaha yang mereka jalankan.

2. Inovasi Produk di ukur melalui indikator perluasan produk,peniruan produk,dan produk baru. Untuk indikator perluasan produk memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori cukup baik, dan indikator produk baru memperoleh persentase skor terendah dalam kategori cukup baik. Secara umum semua indikator masuk dalam kategori cukup baik. Hal ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan Inovasi Produk pada Sentra Susu Cipageran Cimahi masih harus dibenahi dalam hal menciptakan produk baru,agar sentra memiliki produk baru yang unggul dinbandingkan pesaing.
3. Keunggulan Bersaing di ukur melalui indikator harga bersaing, eksplorasi peluang, pertahanan ancaman bersaing, fleksibilitas. Untuk indikator harga bersaing memiliki skor tertinggi dengan kategori cukup baik, dan indikator fleksibilitas memiliki persentase skor terendah dalam kategori cukup baik. Secara umum semua indikator masuk dalam kategori cukup baik. Hal ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi masih harus dibenahi dalam hal fleksibilitas agar sentra dapat mengatasi apabila terjadi perubahan dalam hal apapun baik lingkungan, sosial, budaya,dll.
4. Dalam penelitian ini secara parsial menunjukkan adanya Pengaruh antara Kompetensi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing.
5. Dalam penelitian ini secara parsial menunjukkan adanya Pengaruh antara Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing.
6. Dalam penelitian ini secara simultan menunjukkan adanya Pengaruh antara Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing terlihat dari hasil hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari Kommpetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Berasing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.

Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susus Cipageran Cimahi, oleh Karena itu penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kompetensi Kewirausahaan di Sentra Susus Cipageran Cimahi termasuk cukup baik, menandakan sentra susu cipageran cimahi sudah memiliki kompetensi kewirausahaan yang baik. Namun para pelaku usaha dalam tingkat hal memahami lingkungan bisnis belum dikuasai sepenuhnya oleh para pelaku usaha. Oleh karena itu alangkah baiknya jika para pelaku usaha pada Sentra Susu Cipageran Cimahi mengadakan pembelajaran dan pelatihan mengenai kemampuan memahami lingkungan bisnis, orientasi ke masa depan dan fleksibilitas, dan kemampuan berhubungan dengan pelanggan, agar pelaku usaha memliki pengetahuan yang baik akan lingkungan bisinis.
2. Inovasi Produk pada Sentra Susu Cipageran Cimahi termasuk cukup baik, menandakan sentra susu

cipageran cimahi sudah memiliki inovasi produk yang baik. Namun dalam hal produk baru pada sentra susu cipageran cimahi masih kurang,hal ini membuat para pelaku usaha pada sentra susu cipageran cimahi tidak memiliki produk yang berbeda dengan para pesaingnya,sehingga akan sulit dalam bersaing di pasaran, alangakah baiknya apabila setiap pelaku di sentra membuat produk baru yang berbeda dengan produk olahan susu lainnya.

3. Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi termasuk cukup baik, menandakan sentra susu cipageran cimahi sudah memiliki keunggulan bersaing yang baik. Namun para pelaku usaha dalam tingkat hal fleksibilitas masih kurang di perhatikan oleh sebagian para pelaku usaha alangkah baiknya untuk lebih di perhatikan. Agar pelaku usaha mampu mengatasi perubahan yang sewaktu waktu bisa terjadi.
4. Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi bisa dibilang sudah berjalan dengan baik, pada kondisi ini sebaiknya bisa dimanfaatkan dengan baik oleh pengurus pada sentra susu cipageran cimahi.
5. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi bisa dibilang sudah berjalan dengan baik, pada kondisi ini sebaiknya bisa dimanfaatkan dengan baik oleh pengurus pada sentra susu cipageran cimahi.
6. Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Sentra Susu Cipageran Cimahi bisa dibilang sudah berjalan dengan baik, pada kondisi ini sebaiknya bisa dimanfaatkan dengan baik oleh pengurus sentra susu cipageran cimmahi dalam kemampuan memahami lingkungan bisnis, berorientasi ke masa depan dan fleksibilitas, kemampuan berhubungan dengan pelanggan,memperluas produk, menciptakan produk baru, menentukan harga agar mampu bersaing, mengeksplor peluang, bertahan dari ancaman pesaing,dan fleksibel dalam segala hal agar menarik konsumen dan merasa nyaman berbelanja di sentra, untuk dapat memberikan kontribusi terhadap keberhasilan sentra.

DAFTAR PUSTAKA

Aang Curatma, Rahmadi, Soesanty Maulany dan Mastur Mujib Ikhsani.2016. *Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon.* Jurnal Logika, Vol XVIII, No 3, Desember 2016 p-ISSN: 1978-2560

Adijati Utaminingsih.2016. *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Ukm Kerajinan Rotan Di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara. P-ISSN : 0854-1442 E-ISSN : 2503-4460*

Billy C. Roring., P.A. Mekel., A.S. Soegoto.2014. *Pencitraan Merk, Penetapan Harga Dan Inovasi Produk Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Membeli Mobil Toyota Avanza Di Kota Manado.* ISSN 2303-1174 Billy C. Roring., P.A. Mekel., A.S. Soegoto.Pencitraan Merk, Penetapan.

Cynthia V. Djodjobo., H.N. Tawas.2014.*Pengaruh orientasi kewiraushaaan, inovasi produk,*

dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha nasi kuning di kota manado. Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1214-1224 ISSN

Prima Fitri dan Amanda Febria Sari.2012. *Analisis Kompetensi Kewirausahaan Indstri Kecil Suku Cadang Di Kota Padang.* ISSN 2088-4842.

Siti Hajar dan Iputu Gede.2016. *Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No. 10, 2016: 6580-6609 ISSN : 2302-8912*

Setyani Sri Haryanti dan Linda Nursusila.*2016.Membangun Kinerja Pemasaran Berbasis Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Kerajinan Gitar di Kabupaten Sukoharjo)* .AKTUAL Vol 2 . No 1 edisi Juni 2016 ISSN 2337 – 568X

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

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

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

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

Suryana. 2006. *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses.* Jakarta: Salemba Empat.

Suryana. 2017. *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses.* Jakarta:

Soeryanto Eddy Soegoto. 2014. *Entrepreneurship: Menjadi Pebisnis Ulung. Panduan Bagi Pengusaha, Calon Pengusaha, Mahasiswa, dan Kalangan Dunia Usaha*. ISBN: 978-602-02-4758-8