BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Pasar Bunga yang berlokasi di Jl. Wastukencana Bandung itu merupakan warisan nenek moyang yang sudah terbangun sejak tahun 1960 an. Menginjak tahun 60-an, para pedagang bunga pindah ke Jl. Wastukencana Bandung yang saat itu masih kumuh dan berawa.

Selama waktu berjalan, Pasar Bunga Bandung semakin terus berkembang. Para pedagang terus bertambah dengan mulai mendirikan bangunan atau saung kecil. Barulah menginjak tahun 1987, nama Pasar Bunga diresmikan oleh Wali Kota Ateng Wahyudi pada saat itu. Sejak dibangunnya Pasar Bunga pada waktu itu, para pedagang rela mengungsi selama setahun ke Jl. Rakasuni Bandung.

Bunga yang populer dan banyak dicari hingga saat ini antara lain bunga papan untuk ucapan selamat dan ucapan bela sungkawa, bunga rangkai, mawar dan lain-lain.Setelah pembangunan beres pada 1988 Pemerintah Kota Bandung waktu itu memberikan Surat Keputusan (SK) agar setiap para pedagang memiliki waktu berjualan selama 20 tahun ke depan. Hingga saat ini, dari lahan seluas 3.000 meter persegi itu ditempati oleh 54 toko yang dimiliki perusahaan. Tidak sedikit perusahaan yang membuka dua hingga tiga toko.

Pendapatan per hari masing-masing pedagang sangat relatif atau tergantung momen. Jika musim hari ibu atau musim nikah, omzet masing-masing

pedagang rerata mengalami kenaikan. Sementara, harga yang dijual di Pasar Bunga tersebut berkisar dari Rp25.000-Rp3 juta..

4.1.2. Struktur Organisasi

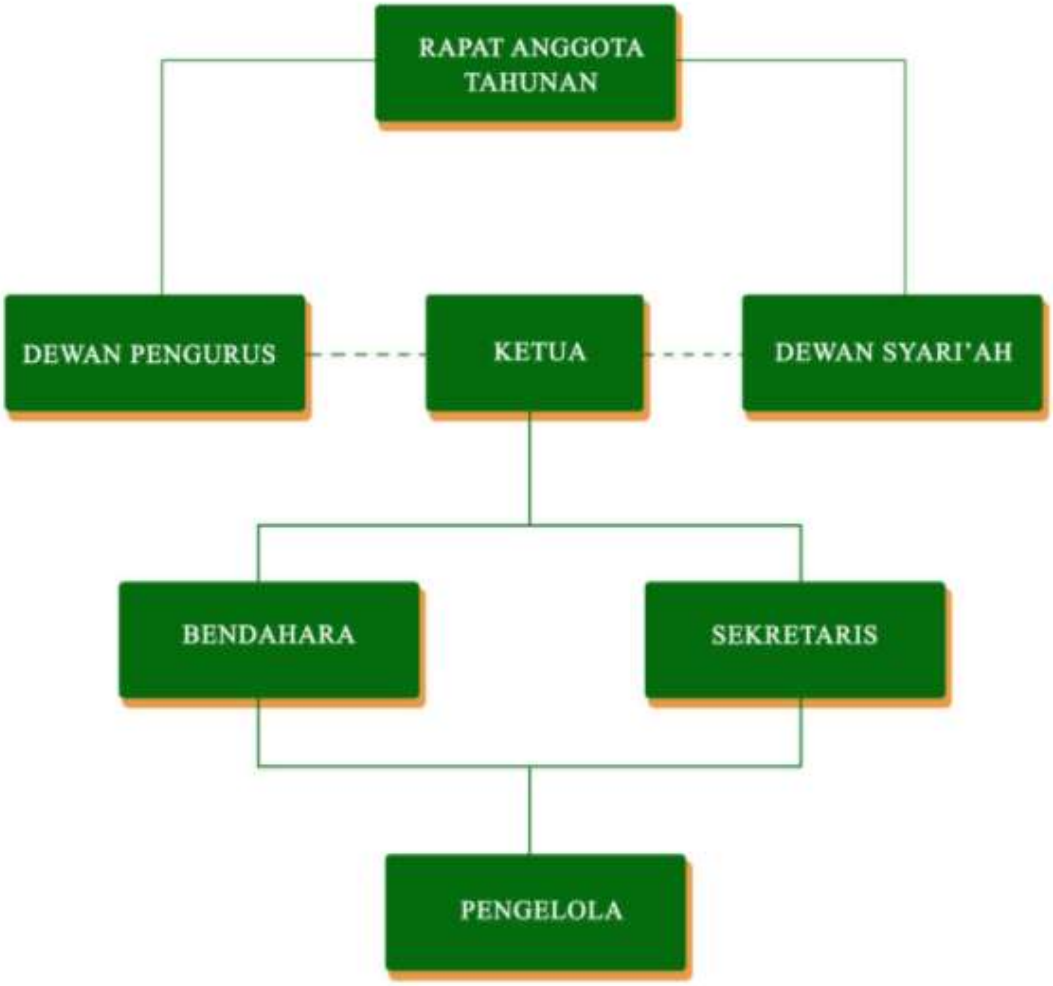
Struktur organisasi perusahaan merupakan suatu kerangka organisasi yang merupakan garis tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang harus dilakukan oleh segenap unsur organisasi itu sendiri, dalam rangka mencapai suatu tujuan perusahaan yang telah digariskan sebelumnya. Dalam penerapannya jenis struktur organisasi dari setiap perusahaan berbeda-beda, hal ini dipengaruhi oleh faktor :

1. Besar kecilnya perusahaan bersangkutan
2. Luas atau sempitnya ruang gerak aktivitas perusahaan
3. Kompleks tidaknya permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan

Dalam kondisi ini peranan pimpinan dituntut harus benar-benar mempu membaca kondisi perusahaan dan tingkat kebutuhan. Dalam menunjang keberhasilan atas tujuan yang hendak dicapai oleh perusahaan besar maupun kecil sangat memerlukan manajemen yang baik disamping faktor-faktor pendukung lainnya yang juga berperan penting dalam merealisasikan tujuan tersebut.

Manajemen yang baik dapat tertuang dalam struktur organisasi suatu perusahaan, karena dalam suatu struktur organisasi dapat menunjukkan suatu pola tetap hubungan-hubungan diantara fungsi-fungsi, bagian-bagian, posisi-posisi maupun orang-orang yang menunjukkan kedudukan, tugas, wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu organisasi.

Selain itu, dengan adanya struktur organisasi yang baik, maka akan tercipta kerja sama dan hubungan kerja yang serasi antar anggota organisasi dan antar bagian dalam organisasi. Adapun struktur organisasi yang terdapat pada Pasar Bunga Wastukencana Bandung adalah sebagai berikut :



Gambar 4.1

Struktur Organisasi Pasar Bunga Wastukencana Bandung

4.2.Pembahasan Penelitian

Bagian ini membahas mengenai uraian dan analisis data-data yang diperoleh dari data primer dan sekunder penelitian. Data primer penelitian ini adalah hasil kuesioner yang disebarkan kepada 36 pelaku usaha Pasar Bunga Wastukencana Bandung. Data tersebut merupakan data pokok dimana analisisnya ditunjang oleh data-data sekunder yang analisisnya didapat dari hasil observasi di lapangan dan beberapa sumber pustaka untuk memperkuat dan memperdalam hasil analisis. Data yang diperoleh dari hasil kuesioner terdiri dari dua macam, yaitu data responden dan data penelitian.

Data responden adalah seluruh identitas responden yang dipandang relevan dengan permasalahan yang di identifikasi. Sedangkan data penelitian adalah sejumlah skor yang diperoleh dari jawaban responden atas pertanyaan atau pernyataan mengenai variabel dalam penelitian ini, yaitu Kreativitas, Orientasi kewirausahaan, dan keunggulan bersaing.

Variabel tersebut dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Data-data responden yang diperoleh melalui kuesioner dianalisis secara deskriptif. Data lain yang diperoleh dari studi pustaka akan digunakan sebagai data sekunder untuk melengkapi dan mendukung data primer. Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai objek penelitian berdasarkan data dan variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti.

Jawaban responden atas sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang diajukan dalam kuesioner akan ditampilkan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi.

4.2.1. Karakteristik Responden

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
Pria	30	83.3
Wanita	6	16.7
Total	**36**	**100**

Sumber: Kuesioner (data diolah), 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin pria sebesar 83.3% sementara jumlah terkecil responden berjenis kelamin wanita sebesar 16.7%.

Banyaknya responden yang berjenis kelamin pria salah satunya dikarenakan karena pria mempunyai dianggap lebih percaya diri di banding dengan wanita dalam berusaha atau dalam melakukan sebuah tindakan yang kemudian di dukung dengan tanggung jawab untuk mencari nafkah bagi keluarganya.

Hal ini berkaitan dengan apa yang di ucapkan oleh Teguh Santoso dalam artikel nya 7 Alasan Mengapa Pria seorang Pebisnis yang Besar

(www.kompasiana.com terbit tanggal 8 Januari 2013) "Pengusaha pria dapat menjalankan sebuah usaha dengan baik dibanding wanita menyatakan pria jauh lebih tegas, berpengalaman, rasional, Keinovatifan, dan berani mengambil resiko".

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	%
<36 Tahun	3	8.3
36 - 40 Tahun	15	41.7
>40 Tahun	18	50
Total	**36**	**100**

Sumber : Kuesioner (data diolah),2018

Tabel di atas menggambarkan usia responden. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa dari 36 responden, 3 orang (8.3%) diantaranya berusia kurang dari 36 tahun, 15 orang (41.7%) diantaranya berusia kurang dari 36 - 40 tahun dan 18 orang (50%) diantaranya berusia diatas 40 tahun.

Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengusaha bunga di sentra ini didominasi oleh generasi yang terbilang cukup tua yang dianggap memiliki kinerja dan pengalaman yang lebih baik, dan hanya ada sedikit penambahan dari generasi dibawahnya.

Hal ini berkaitan dengan menurut Dyne dan Graham (2008:137) menyatakan bahwa, "pengusaha atau pemilik suatu organisasi yang memiliki usia lebih tua cenderung lebih mempunyai rasa keterikatan atau keberhasilan usaha pada organisasi dibandingkan dengan yang berusia muda sehingga meningkatkan loyalitas mereka pada organisasi. Hal ini bukan saja disebabkan karena lebih lama

tinggal di organisasi, tetapi dengan usia tuanya tersebut, makin sedikit kesempatan pengusaha atau pemilik untuk menemukan organisasi".

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

No	Jenjang Pendidikan	Frekuensi	Presentase
1	Sekolah Dasar (SD)	3	8.3
2	Sekolah Menengah Pertama (SMP)	5	13.9
3	Sekolah Menengah Atas atau Kejuruan (SMA/SMK)	23	63.9
4	Diploma (D3)	1	2.8
5	Sarjana	4	11.1
	Total	**36**	**100**

Sumber : Hasil Survey Pengolahan Data, 2018

Dari data diatas menunjukan bahwa, pengusaha dominan dengan latar belakang jenjang pendidikan SMA atau SMK sebanyak 23 orang dengan presentase 63.9% dan jenjang pendidikan diploma menjadi yang terkecil sebanyak 1 orang dengan presentase 2.8%. Hal itu karena pengusaha yang ada di pasar bunga ini tidak terlalu mementingkan kebutuhan pendidikan yang tinggi.

Pendidikan mempunyai peran yang penting dalam pembentukan kewirausahaan. Kewirausahaan bukan dimulai dari seseorang yang tidak tahu apa-apa, melainkan dari seseorang yang memiliki pendidikan yang cukup. Tidak harus pendidikan formal dan setinggi-tingginya, tetapi pendidikan dari pengalaman yang menunjang kemampuan seorang wirausaha untuk memulai bisnisnya.

Menurut, *Churchill* (2007:42) ”Masalah pendidikan sangatlah penting bagi keberhasilan wirausaha”. Kegagalan pertama dari seorang wirausaha adalah karena dia lebih mengandalkan pengalaman daripada pendidikan. Namun, dia juga tidak menganggap remeh arti pengalaman bagi seoranga wirausaha. Baginya, sumber kegagalan kedua adalah jika seorang wirausaha hanya bermodalkan pendidikan tapi miskin pengalaman lapangan. Oleh karena itu perpaduan antara pendidikan dan pengalaman adalah faktor utama yang menentukan keberhasilan wirausaha.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Usaha

No	Pendapatan	Frekuensi	Presentase
1	0-5 juta	4	11.1%
2	5-20 juta	25	69.4%
3	20-50 juta	7	19.5%
	Total	**36**	**100**

Sumber : Hasil Survey Pengolahan Data 2018

Dari tabel di atas, terlihat mayoritas pelaku usaha yang berada dalam Pasar Bunga Wastukencana memiliki pendapatan usaha berkisar antara 5-20 juta per bulan dengan persentase sebanyak 69.4%, dan pendapatan terendah adalah sebesar 0 -5 juta dengan presentase sebesar 11.1%. Dengan hal tersebut dapat dilihat bahwa rata – rata pendapatan pengusaha pada skala yang cukup menguntungkan.

Hal tersebut dikarenakan usaha yang di jalankan oleh para pelaku usaha sudah cukup lama dan mempunyai pelanggan tetap serta permintaan pasar yang

stabil sehingga pendapatan yang diperoleh pun bisa dikatakan memenuhi kebutuhan usaha dan sehari-hari.

Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Reksoprayitno (364 : 79) dalam jurnal Septian.S.M.Nababan (2013) mendefinisikan : "Pendapatan (*revenue*) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu". Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan.

4.2.2. Hasil Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif memiliki tujuan untuk melihat gambaran hasil penelitian mengenai kreativitas, orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing dengan menggunakan sampel penelitian sebanyak 36 responden. Dan untuk melihat jawaban atau penilaian dari responden terhadap setiap pernyataan yang diajukan dalam kuesioner, maka dilakukan analisis deskriptif dengan pendekatan distribusi frekuensi dan persentase, sedangkan untuk melihat penilaian responden terhadap variabel yang diteliti dapat dilihat dari nilai presentase dari hasil skor aktual dan ideal yang diperoleh. Adapun cara untuk mencari nilai persentase maka dibuat interval, dalam penelitian ini penulis membuat kategori kelas interval sebanyak 5 kategori sesuai dengan banyaknya opsi jawaban pada setiap item pernyataan. Rumus yang digunakan menurut Sugiyono (2004:87) sebagai berikut:

Tabel 4.5
Pedoman Kategorisasi

Kategori	Interval
Tidak Baik	20,0% - 36,0%
Kurang Baik	36,0% - 52,0%
Cukup	52,0% - 68,0%
Baik	68,0% - 84,0%
Sangat Baik	84,0% - 100%

Sumber: Sugiyono(2004)

4.2.2.1 Gambaran Tanggapan Responden Mengenai Kreativitas Pada Pasar Bunga Wastukencana Kota Bandung

Pada bagian ini akan disajikan tanggapan responden mengenai kreativitas Pasar Bunga Wastukencana Kota Bandung yang mencakup indikator ingin tahu, optimis, flexibel, mencari solusi dalam masalah, dan suka berimajinasi.

Hasil tanggapan responden mengenai kreativitas dapat dilihat pada uraian tabel di bawah ini:

1. **Ingin tahu**

Berikut ini adalah tanggapan responden berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada 36 orang yang merupakan pelaku usaha Pasar Bunga Wastukencana Bandung dengan hasil pengolahan data sebagai berikut:

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Mengenai Saya selalu mengembangkan produk yang sudah ada karena ingin mengetahui respon pasar

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	1	2.8%
Setuju	15	41.7%
Cukup Setuju	18	50%
Tidak Setuju	2	5.5%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	**36**	**100**

Sumber: Data kuisoner yang telah di olah.

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat jawaban responden mengenai selalu mengembangkan produk yang sudah ada karena ingin mengetahui respon pasar. Dapat diketahui dari data tabel diatas bahwa mayoritas responden sebanyak 18 responden menjawab cukup setuju. Hal ini menyatakan pelaku usaha sudah cukup berani mengembangkan bentuk bunga papan atau bucket bunga agar produk yang dijual tersebut tidak membuat konsumen bosan. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli menurut Handoko (2000:32) Fenomena perubahan kebutuhan dan gaya hidup menyebabkan Produk - produk lama secara terus menerus dirancang kembali, dan produk-produk baru tiada henti-hentinya dikembangkan

2. Optimis

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Mengenai Saya selalu yakin dengan kemampuan usaha saya mengembangkan bisnis ini

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	1	2.8%
Setuju	15	41.7%
Cukup Setuju	19	52.7%
Tidak Setuju	1	2.8%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	**36**	**100%**

Sumber: Data kuisoner yang telah di olah.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat jawaban responden mengenai selalu yakin dengan kemampuan usaha saya mengembangkan bisnis ini. Dapat diketahui dari data tabel diatas bahwa mayoritas responden sebanyak 19 responden menjawab cukup setuju. Hal ini menyatakan pelaku usaha sudah mulai cukup berani bersaing untuk membuat produk bucket bunga yang lebih menarik sesuai dengan harapan konsumen. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli menurut

Suryana (2006:42) Perasaan yakin terhadap sesuatu yang baik akan terjadi yang memberi harapan positif serta menjadi mendorong untuk berusaha kearah kemajuan dan kejayaan

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Mengenai Saya yakin desain yang saya buat sesuai dengan trend saat ini

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	1	2.8%
Setuju	17	47.2%
Cukup Setuju	17	47.2%
Tidak Setuju	1	2.8%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	**36**	**100%**

Sumber: Data kuisoner yang telah di olah.

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat jawaban responden mengenai yakin desain yang saya buat sesuai dengan trend saat ini. Dapat diketahui dari data tabel diatas bahwa mayoritas responden sebanyak 17 responden menjawab setuju dan cukup setuju. Hal ini menyatakan pelaku usaha yang ada sekarang cukup bisa mengikuti trend bunga yang diinginkan oleh konsumen dengan adanya media sosial lebih memudahkan untuk mencari informasi sesuai dengan keinginan konsumen. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli menurut Kotler (2005:332) mengartikan Desain atau rancangan adalah totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan fungsi produk dari segi kebutuhan pelanggan dan mengikuti perkembangan zaman.

3. Flexibel

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Mengenai Saya selalu siap menerima pesanan sesuai dengan keinginan pelanggan

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	0	0
Setuju	10	27.8
Cukup Setuju	21	58.3
Tidak Setuju	5	13.9
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	**36**	**100%**

Sumber: Data kuisoner yang telah di olah.

Berdasarkan tabel 4.9 dapat dilihat jawaban responden mengenai selalu siap menerima pesanan sesuai dengan keinginan pelanggan. Dapat diketahui dari data tabel diatas bahwa mayoritas responden sebanyak 21 responden menjawab cukup setuju. Hal ini menyatakan pelaku usaha yang ada sudah mulai mampu menerima pesanan bunga sesuai dengan keinginan konsumen yang bermacam - macam. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli menurut Yunarto (2006) menyatakan suatu pelayanan melalui jasa pengiriman merupakan bagian penting yang diharapkan oleh konsumen untuk selalu kembali membeli produk di toko tersebut.

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Mengenai Saya selalu siap menyediakan jasa pengiriman jika pelanggan meminta

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	1	2.8%
Setuju	8	22.2%
Cukup Setuju	26	72.2%
Tidak Setuju	1	2.8%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	**36**	**100**

Sumber: Data kuisoner yang telah di olah.

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat jawaban responden mengenai selalu siap menyediakan jasa pengiriman jika pelanggan meminta. Dapat diketahui dari data tabel diatas bahwa mayoritas responden sebanyak 26 responden menjawab cukup setuju. Hal ini menyatakan pelaku usaha menyediakan pengiriman bunga yang dipesan sebagai fasilitas bagi konsumen agar bisa meningkatkan penjualan produk. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli menurut Mulyadi (2001:201) segala upaya yang di selenggarakan secara sendiri atau bersama-sama dalam suatu organisasi untuk memberikan pelayanan jasa berupa pengiriman barang demi memeberikan kepuasan terhadap konsumen.

4. Mencari solusi dalam masalah

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Mengenai Saya dapat memberikan solusi kepada pelanggan jika salah satu stock sedang kurang

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	1	2.8%
Setuju	11	30.5%
Cukup Setuju	23	63.9%
Tidak Setuju	1	2.8%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	**36**	**100%**

Sumber: Data kuisoner yang telah di olah.

Berdasarkan tabel 4.11 dapat dilihat jawaban responden mengenai dapat memberikan solusi kepada pelanggan jika salah satu stock sedang kurang. Dapat diketahui dari data tabel diatas bahwa mayoritas responden sebanyak 23 responden menjawab cukup setuju. Hal ini menyatakan pelaku usaha memberikan rekomendasi produk bunga alternatif apabila bunga yang dipesannya tidak tersedia. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli menurut Kotler dan Keller

(2016 : 201) Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang – orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan.

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Mengenai Saya selalu bisa membuat produk yang lebih menarik

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	1	2.8%
Setuju	12	33.3%
Cukup Setuju	21	58.3%
Tidak Setuju	2	5.6%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	**36**	**100%**

Sumber: Data kuisoner yang telah di olah.

Berdasarkan tabel 4.12 dapat dilihat jawaban responden mengenai selalu bisa membuat produk yang lebih menarik. Dapat diketahui dari data tabel diatas bahwa mayoritas responden sebanyak 21 responden menjawab cukup setuju. Hal ini menyatakan pelaku usaha sudah mencoba memajang produk bunga sebagai sample bagi konsumen agar bisa lebih menarik keinginan konsumen untuk membeli. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli menurut Kotler & Keller (2007: 4) Segala sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan/semua kebutuhan.

Tabel 4.13
Tanggapan Responden Mengenai Saya membuat desain produk sesuai dengan hasil pemikiran saya sendiri

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	1	2.8%
Setuju	17	47.2%
Cukup Setuju	17	47.2%
Tidak Setuju	1	2.8%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	**100**	**100%**

Sumber: Data kuisoner yang telah di olah.

Berdasarkan tabel 4.13 dapat dilihat jawaban responden mengenai membuat desain produk sesuai dengan hasil pemikiran saya sendiri. Dapat diketahui dari data tabel diatas bahwa mayoritas responden sebanyak 17 responden menjawab setuju dan cukup setuju. Hal ini menyatakan pelaku usaha yang ada sudah cukup kreatif untuk menciptakan produk bunga yang lebih mampu menarik konsumen. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli menurut Suryana (2006:42) Daya pikir untuk membayangkan (di angan-angan) atau menciptakan gambar (lukisan, karangan, dsb) kejadian berdasarkan kenyataan atau pengalaman seseorang.

Tabel 4.14

Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kreativitas

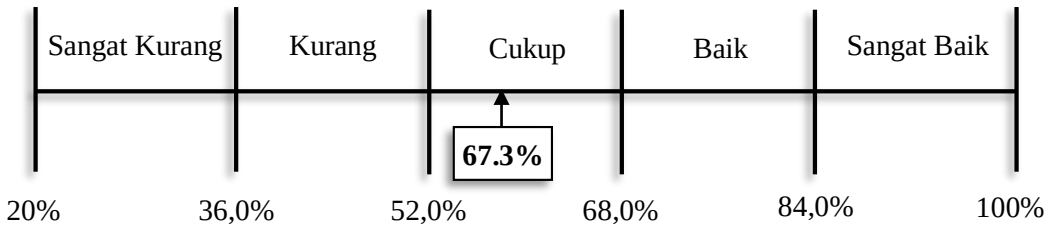
No	Pernyataan		Bobot Tanggapan					Total	Skor Aktual	Skor Ideal	Persen-tase
			(5)	(4)	(3)	(2)	(1)				
1	Saya selalu mengembangkan produk yang sudah ada karena ingin mengetahui respon pasar	F	1	15	18	2	0	36	123	180	68,3%
		%	2.8%	41.7%	50%	5.5%	0%	100%			
2	Saya selalu yakin dengan kemampuan usaha saya mengembangkan bisnis ini	F	1	15	19	1	0	36	124	180	68.9%
		%	2.8%	41.7%	52.7%	2.8%	0%	100%			

No	Pernyataan		Bobot Tanggapan					Total	Skor Aktual	Skor Ideal	Persen-tase
			(5)	(4)	(3)	(2)	(1)				
3	Saya yakin desain yang saya buat sesuai dengan trend saat ini	F	1	17	17	1	0	36	126	180	70%
		%	6%	16%	32%	23%	23%	100%			
4	Saya selalu siap menerima pesanan sesuai dengan keinginan pelanggan	F	0	10	21	5	0	36	113	180	62.8%
		%	0%	27.8%	58.3%	13.9%	0%	100%			
5	Saya selalu siap menyediakan jasa pengiriman jika pelanggan meminta	F	1	8	26	1	0	36	117	180	65%
		%	2.8%	22.2%	72.2%	2.8%	0%	100%			
6	Saya dapat memberikan solusi kepada pelanggan jika salah satu stock sedang kurang	F	1	11	23	1	0	36	120	180	66.7%
		%	2.8%	30.5%	63.9%	2.8%	0%	100%			
7	Saya selalu bisa membuat produk yang lebih menarik	F	1	12	21	2	0	36	120	180	66.7%
		%	2.8%	33.3%	58.3%	5.6%	0%	100%			
8	Saya selalu bisa membuat produk yang lebih menarik	F	1	17	17	1	0	36	126	180	70%
		%	6%	16%	32%	23%	23%	100%			
Total									**969**	**1440**	**67.3%**

Sumber : Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat persentase skor jawaban responden terhadap 8 pernyataan mengenai variabel kreativitas, persentase skor jawaban responden yang diperoleh adalah sebesar 67,3% dapat dijelaskan bahwa dari persentase skor jawaban yang diperoleh sebesar 67,3% maka nilai termasuk ke dalam kategori “Cukup Kreatif” karena nilai tersebut berada pada interval antara “52,1%-68,0%”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kreativitas tergolong pada kategori Cukup Kreatif. Berdasarkan data dari tabel diatas bahwa dari 8 item pertanyaan yang menunjukan skor terendah yaitu 113 dengan presentase 62.8% pada indikator flexible masih tergolong cukup baik tentang pelaku usaha dapat menerima pesanan sesuai dengan keinginan pelanggan, karena menurut pelaku usaha memerlukan waktu yang lama dalam proses merangkai bunga tersebut. Apabila nilai dari presentase skor jawaban tersebut disajikan ke

dalam garis kontinum yang mengacu pada pedoman kategorisasi, maka akan tampak seperti pada gambar berikut ini:



Gambar 4.2

Garis Kontinum Variabel Kreativitas

Hal tersebut diperkuat oleh pendapat para ahli yang menurut Menurut Winardi (2003:247), mengungkapkan bahwa kreativitas merupakan kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara baru untuk memandang masalah serta peluang".

4.2.2.2. Gambaran Tanggapan Responden Mengenai Orientasi Kewirausahaan Pada Pasar Bunga Wastukencana Bandung

Pada bagian ini akan disajikan tanggapan responden mengenai Orientasi Kewirausahaan di Pasar Bunga Wastukencana Bandung yang mencakup indikator keinovatifan, pengambilan resiko dan keproaktifan.

Hasil tanggapan responden mengenai orientasi kewirausahaan dapat dilihat pada uraian tabel di bawah ini:

Berikut ini adalah tanggapan responden berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada 36 orang yang merupakan pelaku usaha Pasar Bunga Wastukencana Bandung dengan hasil pengolahan data sebagai berikut:

1. **Keinovatifan**

Tabel 4.15
Tanggapan Responden Mengenai Bunga yang ada selalu saya kemas dengan menarik

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	1	2.8%
Setuju	10	27.8%
Cukup Setuju	23	63.9%
Tidak Setuju	2	5.5%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	**36**	**100%**

Sumber: Data kuisoner yang telah di olah.

Berdasarkan tabel 4.15 dapat dilihat jawaban responden mengenai bunga yang ada selalu saya kemas dengan menarik. Dapat diketahui dari data tabel diatas bahwa mayoritas responden sebanyak 23 responden menjawab cukup setuju. Hal ini menyatakan kemasan yang ada cukup menarik bagi konsumen. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli menurut Kotler dan Keller (2012) kemasan yang inovatif dapat membawa manfaat besar bagi konsumen dan laba bagi para produsen.

Tabel 4.16
Tanggapan Responden Mengenai Saya merasa produk yang saya miliki lebih inovatif di banding pengusaha lain

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	1	2.8%
Setuju	17	47.2%
Cukup Setuju	17	47.2%
Tidak Setuju	1	2.8%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	**36**	**100%**

Sumber: Data kuisoner yang telah di olah.

Berdasarkan tabel 4.16 dapat dilihat jawaban responden mengenai produk yang pelaku usaha miliki lebih inovatif di banding pengusaha lain. Dapat diketahui dari data tabel diatas bahwa mayoritas responden sebanyak 17 responden menjawab setuju dan cukup setuju. Hal ini menyatakan pelaku usaha merasa produk bunga yang dibuatnya cukup inovatif di banding pengusaha lain. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli menurut Suryana (2013:14) kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan yang inovatif demi terciptanya peluang.

2. Pengambilan Resiko

Tabel 4.17
Tanggapan Responden Mengenai Saya selalu menyediakan jumlah bunga yang banyak sebagai antisipasi persediaan di toko

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	2	5.6%
Setuju	11	30.5%
Cukup Setuju	21	58.3%
Tidak Setuju	2	5.6%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	**36**	**100%**

Sumber: Data kuisoner yang telah di olah.

Berdasarkan tabel 4.17 dapat dilihat jawaban responden mengenai selalu menyediakan jumlah bunga yang banyak sebagai antisipasi persediaan di toko. Dapat diketahui dari data tabel diatas bahwa mayoritas responden sebanyak 21 responden menjawab setuju. Hal ini menyatakan pelaku usaha cukup menyediakan jumlah bunga yang banyak sebagai antisipasi persediaan di toko apabila konsumen membeli bunga tertentu. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat

ahli menurut pendapat dari Muslich (2009:391) yang mengatakan bahwa persediaan barang mempunyai fungsi yang sangat penting bagi perusahaan.

Tabel 4.18
Tanggapan Responden Mengenai Untuk pengantaran bunga saya mempekerjakan seorang karyawan

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	1	2.8%
Setuju	13	36.1%
Cukup Setuju	21	58.3%
Tidak Setuju	1	2.8%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	**36**	**100%**

Sumber: Data kuisoner yang telah di olah.

Berdasarkan tabel 4.18 dapat dilihat jawaban responden mengenai untuk pengantaran bunga saya mempekerjakan seorang karyawan. Dapat diketahui dari data tabel diatas bahwa mayoritas responden sebanyak 19 responden menjawab cukup setuju. Hal ini menyatakan mayoritas konsumen banyak yang meminta pesanannya tersebut untuk dapat diantarkan, maka dari itu pelaku usaha atau karyawan yang ada biasa mengantarkan pesanan tersebut. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli menurut Kotler dan Keller (2008:5), menyimpulkan bahwa dalam rangka memberikan kepuasan bagi konsumen pengusaha harus menyediakan salah seorang karyawan untuk mengantarkan barang pesanan.

3. Keproaktifan

Tabel 4.19
Tanggapan Responden Mengenai Saya selalu mempromosikan produk bunga saya melalui media sosial

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	1	2.8%
Setuju	15	41.7%
Cukup Setuju	17	47.2%
Tidak Setuju	3	8.3%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	**36**	**100%**

Sumber: Data kuisoner yang telah di olah.

Berdasarkan tabel 4.19 dapat dilihat jawaban responden mengenai selalu mempromosikan produk bunga saya melalui media sosial. Dapat diketahui dari data tabel diatas bahwa mayoritas responden sebanyak 17 responden menjawab cukup setuju. Hal ini menyatakan pelaku usaha sudah cukup aktif untuk mempromosikan produk bunga yang ada melalui media sosial. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli menurut (Puntoadi, 2011: 34) Media sosial mampu bersaing dengan berbagai komunikasi lainnya, bahkan memberi manfaat yang amat penting bagi perusahaan.

Tabel 4.20

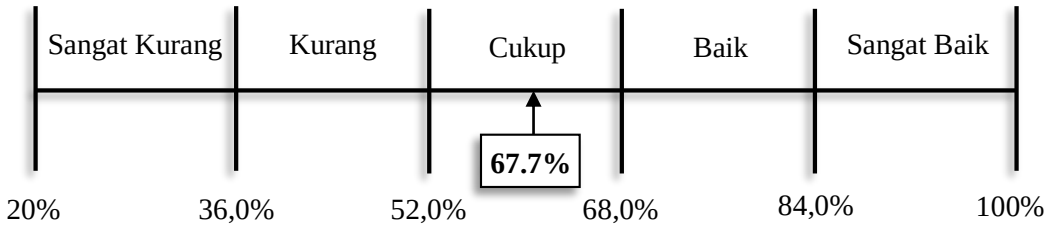
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Orientasi Kewirausahaan

No	Pernyataan		Bobot Tanggapan					Total	Skor Aktual	Skor Ideal	Persen-tase
			(5)	(4)	(3)	(2)	(1)				
1	Bunga yang ada selalu saya kemas dengan menarik	F	1	10	23	2	0	36	118	180	65.6%
		%	2.8%	27.8%	63.9%	5.5%	0%	100%			
2	Saya merasa produk yang saya miliki lebih inovatif di banding pengusaha lain	F	1	17	17	1	0	36	126	180	70%
		%	2.8%	47.2%	47.2%	2.8%	0%	100%			

No	Pernyataan		Bobot Tanggapan					Total	Skor Aktual	Skor Ideal	Persen-tase
			(5)	(4)	(3)	(2)	(1)				
3	Saya selalu menyediakan jumlah bunga yang banyak sebagai antisipasi persediaan di toko	F	2	11	21	2	0	36	121	180	67.2%
		%	5.6%	30.5%	58.3%	5.6%	0%	100%			
4	Untuk pengantaran bunga saya mempekerjakan seorang karyawan	F	1	13	21	1	0	36	122	180	67.8%
		%	2.8%	36.1%	58.3%	2.8%	0%	100%			
5	Saya selalu mempromosikan produk bunga saya melalui media sosial	F	1	15	17	3	0	36	122	180	67.8%
		%	2.8%	41.7%	47.2%	8.3%	0%	100%			
Total									**609**	**900**	**67.7%**

Sumber : Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat persentase skor jawaban responden terhadap 5 pernyataan mengenai variabel orientasi kewirausahaan, persentase skor jawaban responden yang diperoleh adalah sebesar 67.7% dapat dijelaskan bahwa dari persentase skor jawaban yang diperoleh sebesar 67.7% maka nilai termasuk ke dalam kategori “Cukup Berorientasi ” karena nilai tersebut berada pada interval antara “52.1%-68.0%”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Variabel orientasi kewirausahaan termasuk ke dalam kategori tergolong cukup berorientasi. Berdasarkan data dari tabel diatas bahwa dari 5 item pertanyaan yang menunjukan skor terendah yaitu 118 dengan presentase 65.6% pada indikator keinovatifan bunga yang ada selalu dikemas dengan menarik . Apabila nilai dari presentase skor jawaban tersebut disajikan ke dalam garis kontinum yang mengacu pada pedoman kategorisasi, maka akan tampak seperti pada gambar berikut ini:



Gambar 4.3

Garis Kontinum Variabel Orientasi Kewirausahaan

Dalam hal ini ada teori menurut Frese, Brantjes dan Hoorn (2002) dalam M.Wandra (2009:41) yang mengatakan, kecenderungan perusahaan untuk berinovasi (innovativeness) secara positif berhubungan dengan sukses perusahaan karena ide baru perusahaan dapat menangkap segmen penting dalam pasar.

4.3.3. Gambaran Tanggapan Responden Mengenai Keunggulan Bersaing Pada Pasar Bunga Wastukencana Bandung

Pada bagian ini akan disajikan tanggapan responden mengenai keunggulan bersaing yang mencakup indikator keunikan produk, harga, kualitas produk yang tersedia, pengalaman pelanggan, dan kemudahan konsumen.

Berikut ini adalah tanggapan responden berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada 36 orang yang merupakan pelaku usaha Pasar Bunga Wastukencana Bandung dengan hasil pengolahan data sebagai berikut:

1. **Keunikan Produk**

Tabel 4.21
Tanggapan Responden Mengenai Produk yang saya sediakan memiliki ciri khas tersendiri

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	0	0%
Setuju	9	25%
Cukup Setuju	25	69.4%
Tidak Setuju	2	5.6%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	**36**	**100%**

Sumber: Data kuisoner yang telah di olah.

Berdasarkan tabel 4.21 dapat dilihat jawaban responden mengenai Produk yang saya sediakan memiliki ciri khas tersendiri. Dapat diketahui dari data tabel diatas bahwa mayoritas responden sebanyak 25 responden menjawab cukup setuju. Hal ini menyatakan pelaku usaha cukup menyediakan produk yang memiliki ciri khas tersendiri. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli menurut Dini (2013:85) yang mengungkapkan bahwa produsen yang mampu menghasilkan bentuk produk yang unik dan mempunyai ciri khas tersendiri, sehingga akan menaikkan minat konsumen untuk membeli produk tersebut

Tabel 4.22
Tanggapan Responden Mengenai Saya selalu menyediakan bunga sesuai dengan keinginan konsumen

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	1	2.8%
Setuju	9	25%
Cukup Setuju	21	58.3%
Tidak Setuju	5	13.9%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	**36**	**100%**

Sumber: Data kuisoner yang telah di olah.

Berdasarkan tabel 4.22 dapat dilihat jawaban responden mengenai selalu menyediakan bunga sesuai dengan keinginan konsumen. Dapat diketahui dari data tabel diatas bahwa mayoritas responden sebanyak 21 responden menjawab cukup setuju. Hal ini menyatakan pelaku usaha cukup menyediakan bunga sesuai dengan keinginan konsumen. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli menurut David (2011:198) proses pendefinisian, pengantisipasian, penciptaan, serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen akan produk dan jasa.

2. Harga

Tabel 4.23
Tanggapan Responden Mengenai Harga yang saya tetapkan cukup terjangkau untuk pembeli

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	1	2.8%
Setuju	10	27.8%
Cukup Setuju	23	63.9%
Tidak Setuju	2	5.5%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	**36**	**100%**

Sumber: Data kuisoner yang telah di olah.

Berdasarkan tabel 4.23 dapat dilihat jawaban responden mengenai Harga yang ditetapkan cukup terjangkau untuk pembeli. Dapat diketahui dari data tabel diatas bahwa mayoritas responden sebanyak 23 responden menjawab cukup setuju. Hal ini menyatakan pelaku usaha menyesuaikan harga yang ditetapkan disesuaikan dengan kemampuan pembeli. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli menurut Swastha (1990) dalam Rosvita Dua Lembang (2010:3) mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa produk) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk pelayanannya

Tabel 4.24
Tanggapan Responden Mengenai Saya memberikan harga berbeda kepada pelanggan saya

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	2	5.6%
Setuju	11	30.5%
Cukup Setuju	21	58.3%
Tidak Setuju	2	5.6%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	**36**	**100%**

Sumber: Data kuisoner yang telah di olah

Berdasarkan tabel 4.24 dapat dilihat jawaban responden mengenai memberikan harga berbeda kepada pelanggan saya. Dapat diketahui dari data tabel diatas bahwa mayoritas responden sebanyak 21 responden menjawab cukup setuju. Hal ini menyatakan pelaku usaha tidak bisa menetapkan harga sesuai dengan keinginan sendiri agar tidak terjadi ketimpangan dari setiap pelaku usaha. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli menurut Fandy Tjiptono (2008:152) harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya.

3. Kualitas Produk yang Tersedia

Tabel 4.25
Tanggapan Responden Mengenai Saya hanya menjual bunga yang masih segar

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	0	0%
Setuju	10	27.8%
Cukup Setuju	23	63.9%
Tidak Setuju	3	8.3%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	**36**	**100%**

Sumber: Data kuisoner yang telah di olah.

Berdasarkan tabel 4.25 dapat dilihat jawaban responden mengenai hanya menjual bunga yang masih segar. Dapat diketahui dari data tabel diatas bahwa mayoritas responden sebanyak 23 responden menjawab cukup setuju. Hal ini menyatakan pelaku usaha hanya menjual bunga kepada konsumen dengan produk terbaik . Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli menurut Bagas Prakosa (2005:54) yang mengungkapkan bahwa kualitas produk yang dihasilkan dapat dimaksimalkan agar dapat membuat perusahaan tersebut memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan

Tabel 4.26
Tanggapan Responden Mengenai Bunga yang saya jual hanya bunga yang masih segar

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	0	0%
Setuju	10	27.8%
Cukup Setuju	23	63.9%
Tidak Setuju	3	8.3%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	**36**	**100%**

Sumber: Data kuisoner yang telah di olah.

Berdasarkan tabel 4.26 dapat dilihat jawaban responden mengenai bunga yang saya jual hanya bunga yang masih segar. Dapat diketahui dari data tabel diatas bahwa mayoritas responden sebanyak 23 responden menjawab cukup setuju. Hal ini menyatakan pelaku usaha hanya menjual bunga yang masih segar. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli pendapat Schiffman dan Kanuk (1997) dalam Ndaru Kusuma Dewa (2009:61) yang menyatakan bahwa konsumen percaya bahwa berdasarkan evaluasi yang dilakukan pelanggan akan kualitas

produk dapat membantu mereka untuk mempertimbangkan produk mana yang akan dibeli.

4. Pengalaman Pelanggan

Tabel 4.27
Tanggapan Responden Mengenai Saya selalu mengedepankan pesanan pelanggan agar merasa puas

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	1	2.8%
Setuju	10	27.8%
Cukup Setuju	23	63.9%
Tidak Setuju	2	5.5%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	**36**	**100%**

Sumber: Data kuisoner yang telah di olah.

Berdasarkan tabel 4.27 dapat dilihat jawaban responden mengenai selalu mengedepankan pesanan pelanggan agar merasa puas. Dapat diketahui dari data tabel diatas bahwa mayoritas responden sebanyak 23 responden menjawab cukup setuju. Hal ini menyatakan pelaku usaha selalu mengedepankan pesanan pelanggan agar merasa puas. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli menurut Muhtosim Arief (2014:117) Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari si pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan konsumen

Tabel 4.28
Tanggapan Responden Mengenai Saya memiliki beberapa pelanggan yang selalu membeli bunga saya setiap saat

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	1	2.8%
Setuju	14	38.9%
Cukup Setuju	16	44.4%
Tidak Setuju	5	13.9%

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	**36**	**100%**

Sumber: Data kuisoner yang telah di olah

Berdasarkan tabel 4.28 dapat dilihat jawaban responden mengenai memiliki beberapa pelanggan yang selalu membeli bunga saya setiap saat. Dapat diketahui dari data tabel diatas bahwa mayoritas responden sebanyak 23 responden menjawab cukup setuju. Hal ini menyatakan beberapa pelanggan yang cukup membeli bunga saya setiap saat. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli menurut Barnes (2003: 64) penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan

5. Kemudahan Konsumen

Tabel 4.29
Tanggapan Responden Mengenai Lokasi pasar bunga sangat strategis sehingga mudah dikunjungi konsumen

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	2	5.6%
Setuju	8	22.2%
Cukup Setuju	24	66.6%
Tidak Setuju	2	5.6%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	**36**	**100%**

Sumber: Data kuisoner yang telah di olah.

Berdasarkan tabel 4.29 dapat dilihat jawaban responden mengenai Lokasi pasar bunga sangat strategis sehingga mudah dikunjungi konsumen. Dapat diketahui dari data tabel diatas bahwa mayoritas responden sebanyak 24

responden menjawab cukup setuju. Hal ini menyatakan Lokasi pasar bunga cukup strategis untuk dikunjungi konsumen karena akomodasi yang cukup banyak melewati pasar bunga ini. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli menurut Peter dan Olson, (2002: 254) Lokasi yang tepat akan memberikan kemudahan bagi konsumen untuk menjangkaunya, sehingga konsumen tidak perlu mengeluarkan waktu dan biaya yang berlebihan untuk menjangkau.

Tabel 4.30
Tanggapan Responden Mengenai Konsumen bisa memesan bunga dengan hanya menelepon saja

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	1	2.8%
Setuju	15	41.6%
Cukup Setuju	19	52.8%
Tidak Setuju	1	2.8%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	**36**	**100%**

Sumber: Data kuisoner yang telah di olah.

Berdasarkan tabel 4.30 dapat dilihat jawaban responden mengenai Konsumen bisa memesan bunga dengan hanya menelepon saja. Dapat diketahui dari data tabel diatas bahwa mayoritas responden sebanyak 19 responden menjawab cukup setuju. Hal ini menyatakan konsumen bisa memesan bunga dengan hanya menelepon saja agar lebih mudah. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli menurut Tjiptono (2005:259) kualitas jasa/pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan

Tabel 4.31

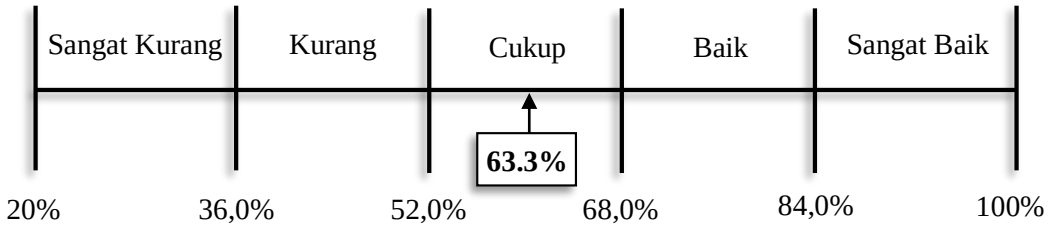
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keunggulan Bersaing

No	Pernyataan		Bobot Tanggapan					Total	Skor Aktual	Skor Ideal	Persen-tase
			(5)	(4)	(3)	(2)	(1)				
1	Produk yang saya sediakan memiliki ciri khas tersendiri	F	0	9	25	2	0	36	115	180	63.9%
		%	0%	25%	69.4%	5.6%	0%	100%			
2	Saya selalu menyediakan bunga sesuai dengan keinginan konsumen	F	1	9	21	5	0	36	114	180	63.3%
		%	2.8%	25%	58.3%	13.9%	0%	100%			
3	Harga yang saya tetapkan cukup terjangkau untuk pembeli	F	1	10	23	2	0	36	118	180	65.6%
		%	2.8%	27.8%	63.9%	5.6%	0%	100%			
4	Saya memberikan harga berbeda kepada pelanggan saya	F	2	11	21	2	0	36	121	180	67.2%
		%	5.6%	30.5%	58.3%	5.6%	0%	100%			
5	Saya hanya menjual bunga yang masih segar	F	0	10	23	3	0	36	115	180	63.9%
		%	0%	27.8%	63.9%	8.3%	0%	100%			
6	Bunga yang saya jual hanya bunga – bunga yang masih sangat layak jual	F	0	10	23	3	0	36	115	180	63.9%
		%	0%	27.8%	63.9%	8.3%	0%	100%			
7	Saya selalu mengedepankan pesanan pelanggan agar merasa puas	F	1	10	23	2	0	36	117	180	65%
		%	2.8%	27.8%	63.9%	5.5%	0%	100%			
8	Saya memiliki beberapa pelanggan yang selalu membeli bunga saya setiap saat	F	1	14	16	5	0	36	119	180	66.1%
		%	2.8%	38.9%	44.4%	13.9%	0%	100%			
9	Lokasi pasar bunga sangat strategis sehingga mudah dikunjungi konsumen	F	2	8	24	2	0	36	118	180	65.6%
		%	5.6%	22.2%	66.6%	5.6%	0%	100%			
10	Konsumen bisa memesan bunga dengan hanya menelepon saja	F	1	15	19	1	0	36	124	180	68.9%
		%	2.8%	41.6%	52.8%	2.8%	0%	100%			
Total									**1176**	**1800**	**65.3%**

Sumber : Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat persentase skor jawaban responden terhadap 10 pernyataan mengenai variabel keunggulan bersaing, persentase skor jawaban responden yang diperoleh adalah sebesar 65.3% dapat dijelaskan bahwa

dari persentase skor jawaban yang diperoleh sebesar 65.3% maka nilai termasuk ke dalam kategori “Cukup Bersaing ” karena nilai tersebut berada pada interval antara “52.1%-68.0%”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keunggulan bersaing adalah tergolong cukup bersaing . Berdasarkan data dari tabel diatas bahwa dari 10 item pertanyaan yang menunjukan skor terendah yaitu 114 dengan presentase 63.3% tergolong cukup bersaing pada indikator keunikan produk adalah konsumen bisa memesan bunga dengan hanya menelepon saja. Apabila nilai dari presentase skor jawaban tersebut disajikan ke dalam garis kontinum yang mengacu pada pedoman kategorisasi, maka akan tampak seperti pada gambar berikut ini:



Gambar 4.4

Garis Kontinum Variabel Keunggulan Bersaing

Hal tersebut diperkuat oleh pendapat para ahli yang menurut Keunggulan bersaing yang baik dalam sebuah perusahaan dibentuk oleh keinginan seorang pengusaha untuk memotivasi usahanya untuk tetap berkembang yang baik pula, sebagaimana dikatakan oleh Perusahaan akan sangat senang apabila memiliki keunggulan bersaing yang terus menerus dan tidak mendapatkan rangsangan untuk meninjau ulang keunggulannya dari pesaing (Barney,dkk,1989 dalam Mahir 2003)

4.2.3 Hasil Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif dilakukan untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis yang telah diajukan dan pada bab sebelumnya diajukan akan diuji dan dibuktikan melalui uji statistik.

4.2.3.1. Persamaan 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 Kreativitas dan Orientasi kewirausahaan terhadap Keunggulan bersaing. Dalam perhitungannya, penulis menggunakan perhitungan komputerisasi yaitu dengan menggunakan media program komputer, yaitu SPSS 17 *for windows*

Berikut merupakan perhitungan regresi linear berganda secara komputerisasi dengan SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.32.
Koefisien Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.460	3.395		1.608	.117
	Kreativitas	.566	.208	.460	2.725	.010
	Orientasi Kewirausahaan	.619	.279	.375	2.220	.033

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan output di atas, diperoleh nilai (a) konstanta sebesar 5.460 sementara untuk bX_1 sebesar 0.566 dan bX_2 sebesar 0.619, dengan demikian maka dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut

Nilai a, b_1 dan b_2 dalam persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y= 5.460 + 0.566X_1+ 0.619X_2+ \varepsilon}$$

Dari persamaan linier berganda diatas dapat dilihat besarnya konstanta adalah 5.460 artinya jika Kreativitas dan Orientasi kewirausahaan bernilai 0, maka Keunggulan bersaing akan tetap bernilai 5.460.

Koefisien Regresi Variabel Kreativitas sebesar 0.566 yang bernilai positif yang artinya untuk setiap pertambahan Kreativitas sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Keunggulan bersaing sebesar 0.566.

Koefisien Regresi Variabel orientasi kewirausahaan sebesar 0.619 yang bernilai positif yang artinya untuk setiap pertambahan orientasi kewirausahaan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Keunggulan bersaing sebesar 0.619.

Hasil diatas dapat disimpulkan jika kreativitas dan orientasi kewirausahaan mampu diterapkan, maka akan berimplikasi pada peningkatan pada keunggulan bersaing. Peningkatan yang dimaksud adalah dengan meningkatkan setiap indikator yang ada pada variabel kreativitas lebih bisa diterapkan oleh setiap pengusaha yang ada di sentra ini akan mampu berperan positif terhadap keunggulan bersaing yang dimilikinya. Begitu juga dengan selalu memperluas orientasi pasar yang ada akan bisa meningkatkan keunggulan bersaing yang positif apabila diterapkan pada di pengusaha tersebut. Hal itu menunjukan adanya peningkatan positif kreativitas dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing apabila hal tersebut terus ditingkatkan pada Pasar Bunga Wastukencana Kota Bandung.

Hal tersebut sesuai dengan menurut (Esti dan Suryani, 2008) Setiap keunggulan bersaing dapat ditingkatkan oleh pengusaha tidak hanya mengandalkan harga dan kualitas, tetapi bersaing dengan basis teknologi, inovasi, kreativitas dan imajinasi dengan penerapan orientasi kewirausahaan pengusaha tersebut untuk mengembangkan usahanya.

4.2.3.2. Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE). Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis.

1) Uji Normalitas

   Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak.Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik

   Berikut hasil uji normalitas dengan menggunakan media program komputer, yaitu SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.33.

Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov-Smirnov

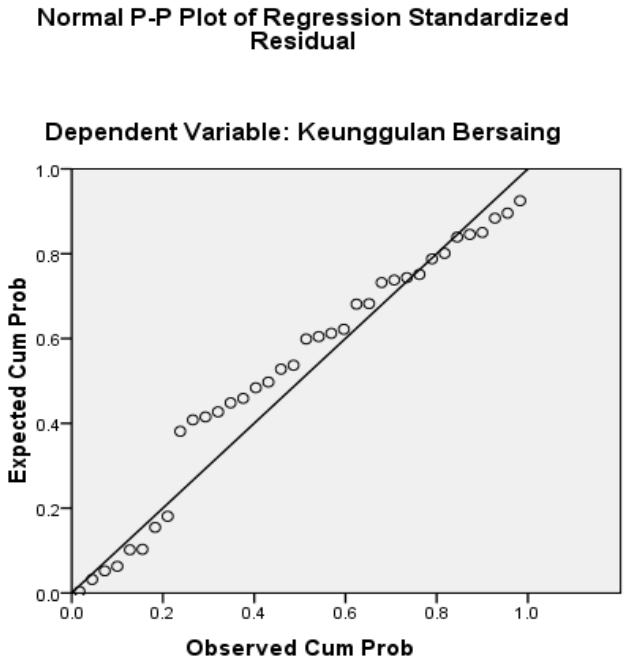
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters[a,,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.34504155
Most Extreme Differences	Absolute	.156
	Positive	.070
	Negative	-.156
Kolmogorov-Smirnov Z		.933
Asymp. Sig. (2-tailed)		.349

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel diatas didapatkan hasil Sig sebesar 0.349, hasil 0.349> 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal selanjutnya dengan menggunakan grafik *normal probability plot* didapatkan hasil sebagai berikut:



Gambar 4.5
Grafik *Normal Probability Plot*

Berdasarkan grafik *normal probability plot*, dapat diketahui bahwa data berdistribusi normal karena data atau titik-titik tersebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal.

2) Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas berarti adanya hubungan yang kuat di antara beberapa atau semua variabel bebas pada model regresi.Jika terdapat Multikolinieritas maka koefisien regresi menjadi tidak tentu, tingkat kesalahannya menjadi sangat besar dan biasanya ditandai dengan nilai koefisien determinasi yang sangat besar, tetapi pada pengujian parsial koefisien regresi, tidak ada ataupun kalau ada sangat sedikit sekali koefisien regresi yang signifikan. Pada penelitian ini digunakan nilai sig. correlations> alpha (tingkat ketelitian = 5%) sebagai indikator ada tidaknya multikolinieritas diantara variabel bebas.

1. Ho : Jika VIF kurang dari 10 dan tolerance >0.10, Tidak terjadi adanya Multikolinear diantara data pengamatan (independent variable).
2. Hi : Jika VIF kurang dari 10 dan tolerance >0.10, Terjadi adanya Multikolinear diantara data pengamatan (independent variable)

Jika nilai sig. correlations >alpha(tingkat ketelitian = 5%) maka Ho diterima atau tidak terdapat hubungan yang linear diantara variabel independen yang ada pada model, sehingga kekhawatiran akibat multikolinearitas dapat dihindari.

Berdasarkan pengolahan data menggunakan *software SPSS 17 for windows* maka hasil uji multikolinieritas yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.34.
Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

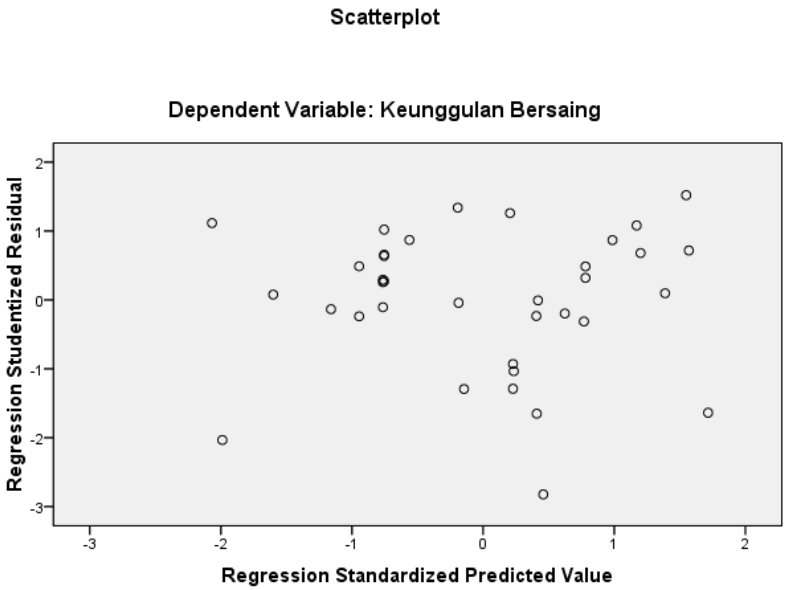
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kreativitas	.408	2.451
	Orientasi Kewirausahaan	.408	2.451

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan tabel 4.34, dapat dilihat bahwa kreativitas dan orientasi kewirausahaan menunjukan nilai tolerance> 0,10 dan nilai VIF < 10, Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model regresi penelitian ini adalah terbebas dari multikolineritas atau dapat dipercaya dan obyektif.

3) Uji Heteroskedastitas

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik heteroskedastisitas antara nilai prediksi variabel dependen dengan variabel indepeden.Dari Gambar Scatterplots dibawah ini terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 dan sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.6.
Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastitas

4.2.3.3. Analisis Korelasi

Pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi *Pearson Product Moment*, berikut hasil analisis korelasi dengan menggunakan media program komputer, yaitu SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:

1) Korelasi Secara Parsial antara Kreativitas dengan Keunggulan bersaing

   Untuk menghitung korelasi secara parsial antara Kreativitas dengan Keunggulan bersaing digunakan perhitungan menggunakan SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.35.
Koefisien Korelasi Kreativitas Dengan Keunggulan bersaing

Correlations

		Kreativitas	Keunggulan Bersaing
Kreativitas	Pearson Correlation	1	.748**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	36	36
Keunggulan Bersaing	Pearson Correlation	.748**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	36	36

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil output dari pengolahan data menggunakan program SPSS 17 *for windows* diatas didapatkan hasil korelasi sebesar 0.748 berdasarkan kriteria (0.61 – 0.80), korelasi Kreativitas dengan Keunggulan bersaing memiliki tingkat korelasi cukup tinggi. Nilai korelasi tersebut bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah.

Analisis data diatas dapat diartikan bahwa semakin baik kreativitas pada Pasar Bunga Wastukencana Kota Bandung, maka akan diikuti pula oleh semakin meningkatkanya keunggulan bersaing yang akan dicapai oleh pelaku usaha. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli (Jose, 2012) Semakin baik *intellectual capital* dan kreativitas dalam usaha tersebut semakin tinggi kemampuan bersaing.

2) Korelasi Secara Parsial antara Orientasi kewirausahaan dengan Keunggulan bersaing

Untuk menghitung korelasi secara parsial antara Orientasi kewirausahaan dengan Keunggulan bersaing digunakan perhitungan menggunakan SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.36.
Koefisien Korelasi Orientasi kewirausahaan dengan Keunggulan bersaing

Correlations

		Orientasi Kewirausahaan	Keunggulan Bersaing
Orientasi Kewirausahaan	Pearson Correlation	1	.728**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	36	36
Keunggulan Bersaing	Pearson Correlation	.728**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	36	36

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil output dari pengolahan data menggunakan program SPSS 17 *for windows* diatas didapatkan hasil korelasi sebesar 0.728 berdasarkan kriteria korelasi (0.61 – 0.80) Orientasi kewirausahaan dengan Keunggulan bersaing memiliki tingkat korelasi cukup tinggi. Nilai korelasi tersebut bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah.

Analisis data diatas dapat diartikan bahwa semakin baik orientasi kewirausahaan pada Pasar Bunga Wastukencana Kota Bandung, maka akan diikuti pula oleh semakin meningkatkanya keunggulan bersaing yang akan dicapai oleh pelaku usaha. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli Keunggulan bersaing menurut Thomas W, Zimmer dan Norman M, Scarborough (2008 : 116) sekumpulan faktor yang membedakan perusahaan kecil dari para pesaingnya dan memberikannya posisi unik di pasar sehingga lebih unggul dari pada pesaingnya dengan didasari oleh peningkatan kemampuan pengusaha dalam menciptakan orientasi kewirausahaan yang baik.

3) Korelasi Secara Simultan antara Kreativitas dan Orientasi kewirausahaan dengan Keunggulan bersaing

Untuk menghitung korelasi secara parsial antara Kreativitas dan Orientasi kewirausahaan dengan Keunggulan bersaing digunakan perhitungan menggunakan SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.37.
Koefisien Korelasi Simultan Kreativitas dan Orientasi kewirausahaan Dengan Keunggulan bersaing

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.785[a]	.617	.593	3.44492

a. Predictors: (Constant), Orientasi Kewirausahaan, Kreativitas

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil output dari pengolahan data menggunakan program SPSS 17 *for windows* diatas didapatkan hasil korelasi sebesar 0.785 berdasarkan kriteria (0.61 – 0.80), korelasi Kreativitas dan orientasi kewirausahaan dengan Keunggulan bersaing memiliki tingkat korelasi cukup tinggi. Nilai korelasi tersebut bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah.

Analisis data diatas dapat diartikan bahwa semakin baik kreativitas dan orientasi kewirausahaan pada Pasar Bunga Wastukencana Kota Bandung, maka akan diikuti pula oleh semakin meningkatkanya keunggulan bersaing yang akan dicapai oleh pelaku usaha. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat ahli menurut Porter (2008:17) Keunggulan bersaing dalam sebuah organisasi dapat diperoleh dengan memperhatikan

nilai superior bagi pelanggan, kreativitas dan orientasi kewirausahaan untuk membawa perbaikan pada keunggulan bersaing.

4.2.3.4. Analisis Koefesien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui peranan semua variabel bebas atas nilai variabel tidak bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Berikut adalah nilai dari koefisien determinasi hasil dari penghitungan dengan menggunakan SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.38.
Koefisien Determinasi antara Kreativitas dan Orientasi kewirausahaan Terhadap Keunggulan bersaing

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.785[a]	.617	.593	3.44492

a. Predictors: (Constant), Orientasi Kewirausahaan, Kreativitas

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Hasil koefisien determinasi sebesar 0.617 atau 61.7% hasil tersebut merupakan besarnya konstribusi dari Kreativitas dan Orientasi kewirausahaan terhadap Keunggulan bersaing sedangkan sisanya sebesar 38.3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini contohnya adalah orientasi pasar, inovasi dan lain sebagainya.

Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu maka dilakukan dengan cara nilai beta X zero order pada output SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.39.
Koefisien Determinasi Parsial

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	5.460	3.395		1.608	.117			
	Kreativitas	.566	.208	.460	2.725	.010	.748	.429	.294
	Orientasi Kewirausahaan	.619	.279	.375	2.220	.033	.728	.360	.239

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berikut disajikan hasil pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan rumus beta x zero order:

1. Kreativitas (X1) = 0.460 x 0.748 = 0.34 atau 34%
2. Orientasi kewirausahaan (X2) = 0.375 x 0.728 = 0.27 atau 27%

Dari hasil perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan terhadap keunggulan bersaing adalah kreativitas sebesar 34%, sementara yang paling terkecil adalah orientasi kewirausahaan sebesar 27%.

Hal tersebut seseuai dengan pernyataan Menurut Zimmerer dalam buku Buchari Alma (2009:71) Kreativitas merupakan kemampuan untuk menggunakan solusi kreatif dalam mengisi peluang sehingga membawa manfaat dalam mengembangkan keunggulan bersaing khususnya penerapan pada usaha kecil.

4.2.3.5. Uji Hipotesis

4.2.3.5.1. Pengujian Secara Parsial (Uji-T)

Digunakan untuk menguji variabel bebas memiliki hubungan signifikan atau tidak dengan variabel terikat secara individual untuk setiap variabel, yaitu pengaruh Kreativitas terhadap Keunggulan bersaing secara parsial dan Orientasi kewirausahaan terhadap Keunggulan bersaing secara parsial.

Taraf Signifikasi : Taraf signifikansi (α) : 0,05

Kriteria Pengujian :

a. jika nilai t hitung > t tabel maka H_0ditolak, H_1 diterima.

b.jika nilai t hitung < t tabel maka H_0 diterima, H_1 ditolak.

Maka pengujian hipotesis secara parsial adalah sebagai berikut :

1) Pengujian Kreativitas terhadap Keunggulan bersaing

- H_{01}. $\beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Variabel Kreativitas terhadap Variabel Keunggulan bersaing.
- H_2. $\beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh Variabel Kreativitas terhadap Variabel Keunggulan bersaing.

Selanjutnya untuk menguji apakah pengaruh Kreativitas terhadap Keunggulan bersaing secara parsial (sendiri-sendiri) maka digunakan uji-t, dengan menggunakan SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil uji-t sebagai berikut:

Tabel 4.40.

Tabel Uji T (Parsial)

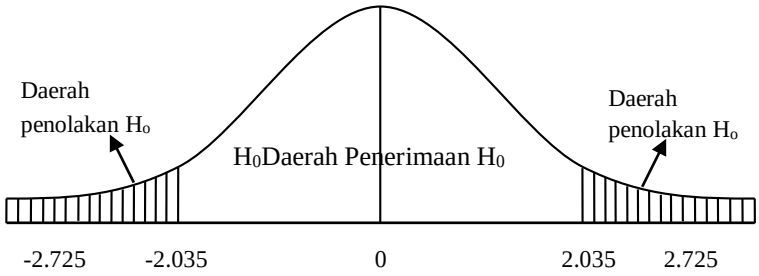
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.460	3.395		1.608	.117
	Kreativitas	.566	.208	.460	2.725	.010
	Orientasi Kewirausahaan	.619	.279	.375	2.220	.033

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Dari output tabel 4.40. diatas didapatkan nilai t_{hitung} untuk variabel Kreativitas (X_1) sebesar 2.725, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi T didapat nilai t_{tabel} untuk df = (α/2 ; n-k-1) =

0.05/2 ; 36 – 2 – 1 = (0.025 ; 33) yaitu 2.035, dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2.725>2.035) dan sig (0.010< 0.05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Kreativitas terhadap Keunggulan bersaing di Pasar Bunga Wastukencana Kota Bandung. Jika disajikan dalam kurva Uji-t maka dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.7.
Pengujian Hipotesis (Kurva Uji-t) Pada Uji Kreativitas terhadap Keunggulan bersaing

Berdasarkan gambar 4.7. diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 2.725 berada pada daerah penolakan Ho yang menunjukkan bahwa Kreativitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing di Pasar Bunga Wastukencana Kota Bandung.

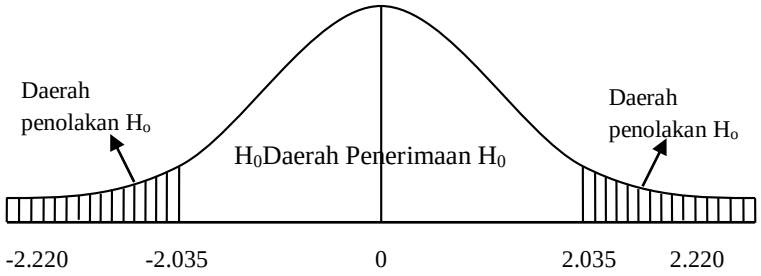
Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Welly Mulyadi dan Riswan E Tarigan (2016) yang menyatakan bahwa Kreativitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.

2) Pengujian Orientasi kewirausahaan terhadap Keunggulan bersaing

- H_{01}. $\beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Variabel Orientasi kewirausahaan terhadap Variabel Keunggulan bersaing.
- H_2. $\beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh Variabel Orientasi kewirausahaan terhadap Variabel Keunggulan bersaing.

Selanjutnya untuk menguji apakah pengaruh Orientasi kewirausahaan terhadap Keunggulan bersaing secara parsial (sendiri-sendiri) maka digunakan uji-t, dengan menggunakan SPSS 17 *for window*.

Dari output tabel 4.40 diatas didapatkan nilai t_{hitung} untuk variabel Orientasi kewirausahaan (X_2) sebesar 2.220, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi T didapat nilai t_{tabel} untuk df = (α/2 ; n-k-1) = 0,05/2 ; 36 – 2 – 1 = (0,025 ; 33) yaitu 2.035, dikarenakan t_{hitung} > t_{tabel} (2.220>2.035) dan sig (0.033< 0.05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Orientasi kewirausahaan terhadap Keunggulan bersaing di Pasar Bunga Wastukencana Kota Bandung. Jika disajikan dalam kurva Uji-t maka dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.8.
Pengujian Hipotesis (Kurva Uji-t) Pada Uji Kreativitas terhadap Keunggulan bersaing

Berdasarkan gambar 4.8 diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 2.220 berada pada daerah penolakan Ho yang menunjukkan bahwa Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keunggulan bersaing di Pasar Bunga Wastukencana Kota Bandung.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mega Usvita (2015) yang menyatakan bahwa Orientasi Kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.

4.2.3.5.2. Pengujian Secara Simultan (Uji-F)

Melakukan Uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

a) Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F\ hitung = \frac{Jk_{regresi}/K}{Jk_{residu} / \{n - (k + 1)\}}$$

Dimana:

Jkresidu = Koefisien Korelasi Ganda

K = Jumlah variabel bebas

N= Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama dapat berperan atas variabel terikat.Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F – kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada tabel *Analisis of Variance* (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan *microsoft*.Jika nilai $F_{hitung} > F_{krisis}$, maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel

bebas tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat ditolak dan sebaliknya.

Menurut (Sugiyono, 2009:183), menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi Product Moment atau dikenal dengan rumus Pearson.

b) Hipotesis

H_0: $\beta_1\beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh Variabel X_1 (Kreativitas) dan Variabel X_2 (Orientasi kewirausahaan) Terhadap Variabel Y (Keunggulan bersaing).

H_1 : $\beta_1\beta_2 \neq 0$, terdapat pengaruh Variabel X_1 (Kreativitas) dan Variabel X_2 (Orientasi kewirausahaan) Terhadap Variabel Y (Keunggulan bersaing).

c) Kriteria pengujian

H_0 ditolak apabila F_{hitung}> dari F_{tabel} ($\alpha = 0{,}05$)

Selanjutnya untuk menguji apakah pengaruh Kreativitas dan Orientasi kewirausahaan terhadap Keunggulan bersaing secara simultan (bersamaan) maka digunakan uji-f, dengan menggunakan SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil uji-f sebagai berikut:

Tabel 4.41.

Tabel Uji F (Simultan)

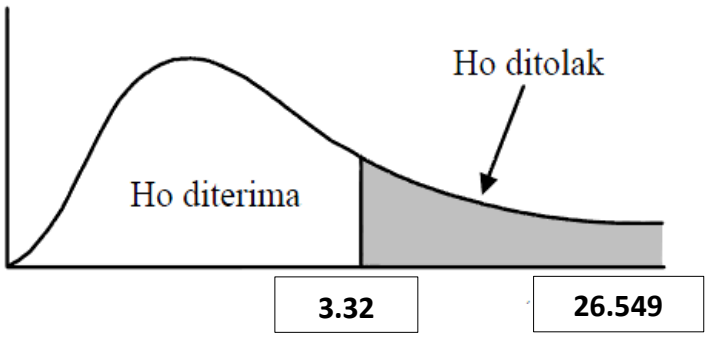
ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	630.132	2	315.066	26.549	.000[a]
	Residual	391.626	33	11.867		
	Total	1021.758	35			

a. Predictors: (Constant), Orientasi Kewirausahaan, Kreativitas

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Dari output tabel 4.41 diatas didapatkan nilai f_{hitung} sebesar 26.549, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi F didapat nilai f_{tabel} untuk df1 = k - 1 = 3 – 1 = 2 dan untuk df2 = n – k = 36 – 3 = 33 sehingga didapat f_{tabel} (2 ; 33) sebesar 3.32 dikarenakan $f_{hitung} > f_{tabel}$ (26.549>3.32) dan sig (0.000 <0.05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara Kreativitas dan Orientasi kewirausahaan terhadap Keunggulan bersaing di Pasar Bunga Wastukencana Kota Bandung



Gambar 4.9.

Pengujian Hipotesis (Kurva Uji-F) Pada Uji Kreativitas dan Orientasi kewirausahaan terhadap Keunggulan bersaing

Berdasarkan gambar 4.9 diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 26.549 berada pada daerah penolakan Ho yang menunjukkan bahwa Kreativitas dan Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keunggulan bersaing di Pasar Bunga Wastukencana Kota Bandung.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Garry L Selden dan Harry Vardis (2015) yang menyatakan bahwa Kreativitas dan Orientasi Kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.