Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi

Oleh:
Alfian Singgih Prasetyo[1], Trustorini Handayani[2]

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia
Jl. Dipatiukur No.112-116
alfiansprasetyo18@gmail.com[1], ni_rakidhi@yahoo.com[2]

Abstract *- This study analyzes and examines the effects of Market and Learning Orientation on Competitive Advantage. This research was conducted to examine the effect of Market Orientation and Learning Orientation on Competitive Advantages in Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi*

The method used in this research is descriptive and verification methods. The research sample consisted of 30 respondents, mainly business actors in Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi. The sampling is saturated or census sampling. Data collection techniques used are observation, interviews and questionnaires. The statistical test used to test the validity, reliability, multiple regression analysis, correlation, coefficient of determination, hypothesis test uses the SPSS 21.0 software.

The analysis results shows Market Orientation quite well with Competitive Orientation as the highest indicator. Learning orientation are in good enough category with the highest indicator is the shared vision. Competitive Advantage in the category quite well with the highest indicator of product quality. Market Orientation affects Competitive Advantage, Learning Orientation influence Competitive Advantage and Market Orientation with Learning Orientation also simultaneously have an influence on competitive advantage at Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi which means positive and significant results.

Keywords: Market Orientation, Learning Orientation, Competitive Advantage

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis yang terjadi saat ini di Indonesia pada umumnya telah mengalami kemajuan yang cukup pesat. Dengan semakin bertambahnya nya jumlah UMKM yang ada di Indonesia, Jawa Barat kemudian di Kota Cimahi membuat persaingan semakin ketat.

Dengan semakin bertambah nya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di suatu daerah makan akan semakin ketat pula persaingan telebih jika mereka menjual produk yang sama maka akan sulit di bedakan produk yang satu dengan yang lainnya oleh karena itu dibutuhkannya keunggulan Bersaing agar mampu bersaing.

Salah satu UMKM yang ada di Kota Cimahi yaitu Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi. Terletak di sebuah pemukiman warga Jl. Kademangan Pojok Tengah, Kelurahan Setiamanah, Kecamatan Cimahi Tengah, Kota Cimahi. Fokus sentra ini adalah memproduksi olahan dari singkong menjadi keripik dengan cita rasa pedas. Mereka juga memiliki pesaing yang ada di dalam satu kota yaitu Sentra Keripik Cipageran Cimahi yang juga memproduksi Keripik Singkong dengan lebih banyak varian bentuk dan rasa.

Sehubungan dengan semakin banyaknya pelaku usaha yang menjual produk sejenis di Kota Cimahi dan para pesaing mereka yang membuat produk lebih menarik

membuat Sentra Indusrti Keripik Singkong Pedas Cimahi kurang unggul. Hal ini terlihat dari mereka yang kurang optimal dalam penerapan Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran, kurang nya pemahaman akan kebutuhan konsumen membuat produk Keripik Singkong yang mereka buat kurang berinovasi dan mereka kurang berkomitmen dalam mengikuti pembinaan pembelajaran dari Pemerintah Kota Cimahi. Oleh karena itu perlunya penerapan Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran yang baik agar mampu mengikuti persaingan dan memiliki keunggulan bersaing.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang penulis ambil berdasarkan latar belakang penelitian, yaitu:

1. Bagaimana Orientasi Pasar di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi
2. Bagaimana Orientasi Pembelajaran di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi
3. Bagaimana Keunggulan Bersaing di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi
4. Seberapa besar pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing secara parsial dan simultan di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi

Maksud dan Tujuan Penelitian:

Maksud Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana Orientasi Pasar, Orientasi embelajaran, dan Keunggulan bersaing pada Sentra Industri keripik Singkong Pedas Cimahi dan membandingkan dengan teori – teori dan pendapat para ahli yang tersedia

Tujuan Penelitian

Adapun maksud dari Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana Orientasi Pasar di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi
2. Untuk mengetahui bagaimana Orientasi Pembelajaran di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi
3. Untuk mengetahui bagaimana Keunggulan Bersang di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi
4. Untuk mengetahui pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing secara parsial dan simultan di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi

Kegunaan Penelitian

Kegunaan Praktis

1. Bagi perusahaan
   Diharapkan dapat memberikan informasi dan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi perkembangan usaha perusahaan dan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam rangka menentukan strategi keunggulan bersaing mengenai orientasi pasar dan orientasi pembelajaran

Kegunaan Akademis

1. Bagi Pengembangan Ilmu Manajemen.
   Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi pengembangan ilmu manajemen bisnis, memberikan referensi tentang orientasi pasar dan orientasi pembelajaran terhadap keunggulan bersaing. Serta mengetahui bagaimana aplikasi dikehidupan nyata, sehingga menjadi tambahan pengetahuan.
2. Bagi Peneliti Lain
   Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan pemikiran terutama bagi yang akan mengadakan penelitian tentang orientasi pasar dan orientasi pembelajaran terhadap keunggulan bersaing.
3. Bagi Penulis Sendiri
   Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan penulis terutama

mengenai orientasi pasar dan orientasi pembelajaran terhadap keunggulan bersaing dan sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh dibangku kuliah.

KAJIAN PUSTAKA

Orientasi Pasar

Menurut Narver dan Slater dalam *Global Journal of Management and Business Research* (2011:56) mendefinisikan bahwa "orientasi pasar adalah budaya organisasi yang paling efektif dan efisien untuk menciptakan perilaku-perilaku yang dibutuhkan untuk menciptakan *superior value* bagi pembeli dan menghasilkan *superior performence* bagi perusahaan."

Indikator Orientasi Pasar menurut Narver & Slater (2011:56) terdapat tiga komponen atau indikator, yaitu:

1. Orientasi Pelanggan
2. Orientasi Pesaing,
3. Berbagi Informasi Pasar.

Orientasi Pembelajaran

Menurut Gervin (dalam Bagas Prakoso 2005:42-43) mendefinisikan bahwa "orientasi pembelajaran sebagai suatu proses dimana organisasi / perusahaan belajar untuk memiliki keahlian dalam menciptakan, mempelajari dan mentransfer pengetahuan serta sikap dari perusahaan untuk merefleksikan hasil belajar dari perusahaan."

Orientasi Pembelajaran bisa menjadi salah satu faktor Keunggulan Bersaing dimana faktor internal dari suatu perusahaan bisa ditingkatkan melalui Orientasi Pembelajaran. Menurut J.E Sutanto (2008:108) ada 3 indikator dari Orientasi Pembelajaran, yaitu :

1. Komitmen Pembelajaran
2. Keterbukaan Pemikiran
3. Visi Bersama

Keunggulan Bersaing

Menurut Leonardus Saiman (2009: 124) Keunggulan Bersaing adalah "suatu manfaat yang ada ketika suatu perusahaan mempunyai dan menghasilkan suatu produk atau jasa yang dilihat dari pasar targetnya lebih baik dibandingkan dengan para kompetitor terdekat." Perusahaan akan mengalami keunggulan bersaing ketika beberapa perilaku dalam suatu pasar menciptakan nilai ekonomi dan juga ketika beberapa perusahaan yang bersaing terlibat dalam tindakan serupa.

Keunggulan Bersaing menurut Song & Parry (dalam Irfanunnisa dan Alifah 2013:72-73) dapat diukur melalui tiga indikator yaitu :

1. Keunikan Produk
2. Kualitas Produk
3. Harga Bersaing

Kerangka Pemikiran

Perusahaan harus terus memperbaiki analisa maupun peninjauan dunia bisnis untuk terus dapat berkompetisi dengan perusahaan lain. Salah satu hal yang dapat menjadi pertimbangan perusahaan adalah melakukan pengamatan terhadap pasar yang dituju dari perusahan atau seringkali disebut orientasi pasar. Selain itu juga, orientasi pasar dapat membentuk keunggulan bersaing jika perusahaan ingin menjadi pilihan utama konsumen dalam pasar.

Orientasi pembelajaran merupakan hal yang menguntunkan perusahaan jika dilakukan dalam kondisi lingungan bisnis yang terus berubah – ubah. Orientasi pembelajaran yang maksimal dilakukan akan memberikan pengalaman bagi seluruh bagian organisasi apabila terjadi perubahan lingkungan bisnis yang cepat yang mana selain akan memberikan pengalaman kepada karyawan, juga akan membantu perusahaan dalam meraih sebuah keunggulan.

Keunggulan bersaing merupakan keberadaan yang sangat penting bagi perusahaan. Semua perusahaan yang beroperasi tentunya menginginkan sebuah keunggulan dalam persaingan antar perusahaan. Untuk mencapai suatu Keunggulan Bersaing, seorang pelaku usaha haruslah mengamati pasar mereka dan berkomitmen dalam melakukan pembelajaran

agar bisa menciptakan suatu produk yang lebih unggul dari para pesaingnya.

Hipotesis

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

Hipotesis juga dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. Hipotesis penelitian dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul dan harus diuji secara empiris. Hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

a. Hipotesis Utama
   H1 : Terdapat Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi
b. Sub Hipotesis
   H2 : Terdapat Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi
   H3 : Terdapat Pengaruh Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi

METODE PENELITIAN

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif karena penulis ingin mendeskripsikan Pengaruh dari Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi.

Sugiyono (2017:29) menyatakan bahwa "statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum."

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

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sampling jenuh atau sensus yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, dengan jumlah responden sebanyak 30 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan peneliti dengan maksud untuk mengalisis pengaruh beberapa variabel bebas atau independen terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen. Dengan kata lain untuk mengetahui pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing. Dengan menggunakan software SPSS 21.0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Keunggulan Bersaing = -0.336+ 0.465 (Orientasi Pasar) + 0.644 (Orientasi Pembelajaran)

Nilai konstanta sebesar -0.366 Artinya jika Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran bernilai konstan (nol)/tidak ada peningkatan, maka Keunggulan Bersaing akan bernilai sebesar -0.366

β_1 = 0,465 Artinya jika setiap peningkatan yang terjadi pada Orientasi Pasar sebesar satu satuan, maka akan berdampak pada peningkatan Keunggulan Bersaing sebesar 0,465

β_2 = 0,644 Artinya jika setiap peningkatan yang terjadi pada Orientasi Pembelajaran sebesar satu satuan, maka akan berdampak pada peningkatan Keunggulan Bersaing sebesar 0,644

Uji Asusmsi Klasik

UJi Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam model regresi berdistribusi secara normal. Untuk mendeketeksi model regresi berdistribusi normal atau tidak digunakan uji kolmogorov-smirnov, dengan ketentuan data berdistribusi normal jika nilai sig berada di atas 0,05. Dengan menggunakan software SPSS 21.0..

Tabel 1
Uji Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.33170303
Most Extreme Differences	Absolute	.129
	Positive	.071
	Negative	-.129
Kolmogorov-Smirnov Z		.709
Asymp. Sig. (2-tailed)		.697

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

Dari tabel diatas diperoleh hasil perhitungan nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,697 dan lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukan bahwa secara residu dalam model berdistribusi secara normal, sehingga model telah memenuhi salah satu asumsi yaitu asumsi normalitas untuk dilakukan pengujian regresi

Uji Multikolinieritas

"Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinieritas, yaitu dengan melihat angka VIF *(Variance Inflation Factor)* harus kurang dari 10 dan angka tolerance lebih dari 0,1." (Gujarati 2003:362)

Tabel 2
Uji Multikolinearitas
Coefficients[a]

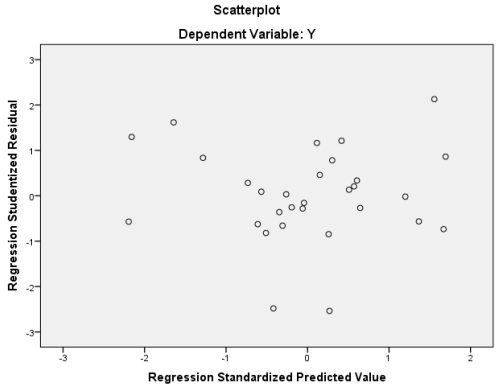
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	0.238	4.198
	X2	0.238	4.198

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan nilai VIF yang di peroleh seperti terlihat pada tabel diatas yaitu 4.198 < 10 dan nilai tolerance 0,238 > 0,1. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada data tersebut.

Uji Heteroskedastisitas

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



Gambar 1
Scatterplot Hasil Uji Heterokedastitas

Dari grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar merata baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model tersebut memenuhi salah satu syarat untuk dilakukan pengujian regresi

Analisis Korelasi

Dari pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Keeratan hubungan kedua variabel independen (Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran) secara simultan dengan Keunggulan Bersaing memiliki nilai korelasi sebesar 0.901 menunjukkan bahwa hubungan dalam kriteria hubungan yang tinggi karena berada pada interval (0,81-1,00) sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang tinggi antara Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran dengan Keunggulan Bersaing

2. Keeratan hubungan antara Orientasi Pasar (X_1) dengan Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,864 menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah, dimana semakin baik Orientasi Pasar makan akan diikuti dengan tingginya Keunggulan Bersaing. Berdasarkan koefisien korelasi angka sebesar 0,864 termasuk dalam kategori hubungan yang tinggi karena berada pada rentang interval (0,81-1,00).
3. Keeratan hubungan antara Orientasi Pembelajaran (X_2) dengan Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,879 menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah, dimana semakin baik Orientasi Pembelajaran makan akan diikuti dengan tingginya Keunggulan Bersaing. Berdasarkan koefisien korelasi, angka sebesar 0,879 termasuk dalam kategori hubungan yang tinggi karena berada pada rentang interval (0,81-1,00).

Analaisis Koefisien Determinasi

Dari hasil yang diperoleh tampak nilai R square sebesar 0,811 atau 81,1% menunjukkan bahwa Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran secara simultan dalam memberikan pengaruh terhadap Keunggulan Bersaing sebesar 81,1% sedangkan sisasnya 18,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Secara parsial diketahui bahwa pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing adalah sebesar 35% dan Orientasi Pembelajaran sebesar 46% , sehingga dapat disimpulkan variabel yang paling dominan mempengaruhi Keunggulan Bersaing adalah Orientasi Pembelajaran dengan besaran pengaruh yang diberikan sebesar 46%.

Pengujian Hipotesis

Uji Hipotesis secara Parsial (Uji T)

Pengujian hipotesis parsial (uji T) dilakukan untuk membuktikan apakah Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing dengan menggunakan program SPSS 21.0, di peroleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3
Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0.336	0.292		-1.153	0.259
	Orientasi Pasar	0.465	0.196	0.406	2.373	0.025
	Orientasi Pembelajaran	0.644	0.21	0.524	3.061	0.005

a. Dependent Variable: Y

a. Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing

   Secara parsial Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing tingkat signifikansi sebesar 5%, df = (α/2 ; n-k-1) = 0.05/2 ; 30-2-1 = (0.025;27) diperoleh hasil t_{tabel} 2.052. Orientasi Pasar berpengaruh secara signifikan terhadap Keunggulan Bersaing karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2.373 > 2.052) dan sig (0.025 < 0.05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara Orientasi Pasar (X_1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y) pada Sentra Industri Keripik Singkong pedas Cimahi.

b. Orientasi Pembelajaran terhadap keunggulan Bersaing

   Secara parsial Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing tingkat signifikansi sebesar 5%, df = (α/2 ; n-k-1) = 0.05/2 ; 30-2-1 = (0.025;27) diperoleh hasil t_{tabel} 2.052. Orientasi Pasar berpengaruh secara signifikan terhadap Keunggulan Bersaing karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,061 > 2.052) dan sig (0.005 < 0.05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara Orientasi Pembelajaran (X_2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y) pada Sentra Industri Keripik Singkong pedas Cimahi.

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Selanjutnya silakukan pengujian hipotesis untuk membuktikan apakah Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Dengan menggunakan program SPSS 21.0, di peroleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4
Uji F
ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.735	2	6.867	58.111	.000[b]
	Residual	3.191	27	.118		
	Total	16.925	29			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan tabel diatas di dapat nilai F_{hitung} sebesar 58,111 dengan nilai signifikansi sebesar 5%. Nilai ini menjadi statistik uji yang akan dibandingkan dengan nilai F dari tabel dimana pada F tabel untuk $\alpha = 0{,}05$ dan db_1/db_2 : 2 dan (n-k-1) atau 30-2-1= 27 maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,354 karena F_{hitung} sebesar (58,111) > dibanding F_{tabel} (3,354) maka pada tingkat kekelituan 5% diputuskan untuk menolak H_0 dan menerima H_a. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong pedas Cimahi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Orientasi Pasar yang didalamnya diukur melalui 3 indikator, yaitu Orientasi Konsumen, Orientasi Pesaing dan Berbagi Informasi Pasar. Indikator orientasi pesaing memperoleh persentase tertinggi dengan kategori cukup baik. Hal ini disebabkan para pelaku usaha disana mengetahui bagaimana cara pesaing mereka memasarkan produknya tetapi mereka tidak tahu bagaimana cara menjalankannya dan mereka kurang memperhatikan kondisi pasar mereka mengenai kebutuhan pelanggan, dan informasi pasar, namun secara umum semua indikator masuk dalam kategori cukup baik.
2. Orientasi Pembelajaran yang ada di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi berada pada kategori Cukup Baik, terdiri atas 3 indikator yaitu komitmen untuk belajar, keterbukaan pemikiran dan visi bersama. Indikator visi bersama memperoleh persentase tertinggi dengan kategori cukup baik. Hal ini disebabkan para pelaku usaha memiliki karyawan yang bertanggung jawab dan kekompakan bersama karyawan dalam membangun usaha yang baik akan tetapi mereka tidak mau belajar secara terus menerus agar bisa membuat suatu produk yang baru, secara umum semua ukuran masuk dalam kategori cukup baik.
3. Dari 3 indikator keunggulan bersaing, yaitu keunikan produk, kualitas produk dan harga. Indikator kualitas memperoleh persentase skor tertinggi, sedangkan keunikan produk dan harga berada di bawah nya dengan kategori cukup baik juga. Hal ini disebabkan para pelaku usaha disana tidak menciptakan produk yang lebih unik dari pesaing dan tidak mematok harga yang lebih rendah tetapi mereka percaya kualitas produk mereka tidak kalah dengan pesaing. Secara keseleruhan rata-rata ukuran untuk keunggulan bersaing masuk ke dalam kategori cukup baik.
4. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh orientasi pasar dan orientasi pembelajaran terhadap keunggulan bersaing secara parsial dan simultan, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari orientasi pasar dan orientasi pembelajaran terhadap keunggulan

bersaing di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi secara parsial dan simultan.

Saran

1. Penerapan orientasi pasar masih berjalan cukup baik di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi, namun agar bisa semakin baik adapun hal yang disarankan yaitu dengan cara meningkatkan pengetahuan akan keinginan konsumen yang bisa dilakukan melalui melihat produk yang sedang ramai di buat oleh pesaing, memberikan nilai lebih pada produk dengan membuat kemasan yang menarik dan melakukan penjualan secara online agar bisa memudahkan konsumen dalam mendapatkan informasi sehingga tercapai hasil yang lebih baik lagi.
2. Orientasi pembelajaran pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi masih berjalan cukup baik. Hal yang disarankan adalah dengan cara mengikuti pembinaan yang di adakan pemerintah atapun melakukan pembelajaran secara terus menerus dengan anggota di dalam organisasi agar bisa menciptakan suatu produk yang baru dan inovatif sehingga meningkatkan keunggulan bersaing.
3. Keunggulan bersaing Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi masih berjalan cukup baik. Hal yang disarankan kepada pihak sentra yaitu dengan membuat produk yang unik, kemasan yang lebih baik dan mengikuti harga pasar atau di bawah harga pesaing agar mencapai suatu keunggulan dalam bersaing.
4. Pengaruh orientasi pasar dan orientasi pembelajaran terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Cimahi secara parsial dan simultan bisa dibilang cukup baik, pada kondisi ini bisa dimanfaatkan para pelaku usaha untuk mempertahankan pasar mereka dan juga bisa mengembangkan pasar mereka agar lebih unggul dengan cara membuat produk yang lebih unik dari pesaing, mempertahankan kualitas yang baik dan mengikuti harga pasar

DAFTAR PUSTAKA

Ali Hasan. 2008. Manajemen Pemasaran dan Marketing. Bandung : CV. Alfabeta

Bagas Prakoso. 2005. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, dan Orientasi Pembelajaran mempengaruhi Kinerja Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing. Jurnal Studi Manajemen & Organisasi Vol.2 No.1

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

Husein Umar. 2006. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada

Irfanunnisa' Tsalits Hartanty, Alifah Ratnawati. 2013. Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Optimalisasi Keunggulan Bersaing. Ekobis Vol.14, No.2,Januari. ISSN:1411 2280.

J. E. Sutanto. 2009. Pengaruh Orientasi Pembelajaran, Kemampuan Produksi, dan Orientasi Pasar Terhadap Strategi Bisnis dan Kinerja Keuangan. Jurnal Kinerja Volume 13 No.2

Mashuri, 2008. Penelitian Verifikatif. Andi: Yogyakarta

Narver and Slater's. 2011 "*Market Orientation Concept Firm Performance" Global Journal of Management and Business Research* Vol.11 p.70

Priyono, 2016. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Sidoarjo: Zifatama Publishing.

Saiman, Leonardus. 2009. Kewirausahaan Teori, Praktik dan Kasus-kasus. Jakarta: Salemba Empat

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

Sugiyono, 2017. Statistik untuk Penelitian. Cetakan Ke-28. Bandung: Alfabeta