KEUNGGULAN BERSAING DIPENGARUHI ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN SURVEY PADA SENTRA KAWASAN TEKSTIL CIGONDEWAH BANDUNG

Isniar Budiarti [1] Ulan S [2]
Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia,
Jl. Dipatiukur No. 12-116

Isniar.budiarti@gmailcom [1] wulan.sariulan@gmail.com [2]

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence the market orientation and entrepreneurial orientation on competitive advantage that is found in the center of the textile region cigondewah bandung.

The method used is descriptive and verification methods. Sampling using simple random sampling technique and using a slovin approach where sampling from the population. The analytical tool used is multiple regression analysis, T test, F test, coefficient of determination which is tested with classical assumptions.

The results show that the hypothesis can determine the magnitude of Test F of the market orientation and entrepreneurial orientation variables simultaneously have an influence on competitive advantage, and the results of the T Test analysis note that market orientation has a significant influence on competit ive advantage and entrepreneurial orientation has a significant influence on competitive advantage.

Keywords: *Market Orientation, Entrepreneurship Orientation, Competitive Advantage*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Di Era globalisasi seperti ini, perkembangan bisnis terjadi dengan pesat. Pertumbuhan beragam bisnis terjadi dimana-mana setiap hari selalu saja ada bisnis baru yang muncul dari ide-ide kreatif dan produk yang beraneka ragam menjadikan persaingan pasar semakin ketat. Indonesia merupakan negara deng an kekayaan dan keragaman budaya yang tinggi. perkembangan ekonomi berbasis pertanian beralih pada industri dan kemudian teknologi informasi,ekonomi kreatif menjadi gelombang ekonomi keempat yang dapat kembali mendorong laju pertumbuhan ekonomi. Ekonomi berbasis ide kreatif dan inovatif ini sangat memberikan tempat bagi pengembangan produk-produk Indonesia berdaya saing, sekaligus mempertahankan eksistensi dan jati diri bangsa. Fashion merupakan salah satu sektor dalam ekonomi kreatif yang menyumbang peran besar. Di Indonesia, sumbangsihnya di atas 20% dari total market untuk produk kreatif. Industri yang terlibat didalamnya antara lain TPT (Tekstil dan Produk Tekstil) dan desain.

Di sisi lain, jika dilihat dari permintaan, tren impor global dari tahun 2010- 2014 mengalami kecenderungan meningkat dengan rata-rata 3,9% per tahun. Walau disinyalir, di tahun 2015 nilai impor TPT secara global mengalami penurunan, namun peningkatan jumlah penduduk dan pendapatan serta gaya hidup masyarakat menjadi faktor yang mendukung peningkatan permintaan akan produk TPT. Untuk tetap exist, hendaknya industri TPT harus memiliki keunggulan dan membidik pasar yang tepat. Termasuk garmen merupakan bisnis yang besar dengan pola perputaran yang cepat dan selalu ada ceruk pasar tertentu. Desain menjadi salah satu celah kunci untuk memasuki pasar yang lebih tinggi yaitu sebagai produk kreatif. Konten kreatif dalam

garmen menjadi sesuatu yang esensial karena membawa ide, gagasan, yang dituangkan dalam desain dan ditunjang dengan media dan teknologi.

(Sumber : djpen.kemendag.go.id,Akses data tanggal 01 mei 2018 pukul 23.00 Wib.)

Usaha mikro kecil dan menengah, tentunya memiliki karakteristik yang berbe da dengan usaha berskala besar. Dalam perekonomian Indonesia UMKM memiliki kontibusi yang sangat be sar dalam menghasilkan pendapat nasion al. UMKM adalah tulang punggung ekonomi indonesia hal ini pun harus terus dikembangkan dalam rangka mewujudkan kemakmuran bagi rakyat Indonesia.

Perkembangan ekonomi khususnya saat ini di Bandung, bandung dikenal juga sebagai kota kembang, pariwisata, budaya, kuliner, fashion maupun busana. Dengan seiring berjalannya waktu penduduk dikota ini semakin hari semakin meningkat, peningkatan tersebut mengakibatkan meningkatnya kebutuhan manusia baik kebutuhan poko k maupun kebutuhan sekunder,misalnya k ebutuhan tempat tinggal, kebutuhan pakaian, kebutuhan makan dan kebutuhan sehari-hari lainnya.

Lahirnya pasar kain Cigondewah b erawal dari usaha pengolahan limbah tekstil yang dilakoni warga pada tahun 1990-an. Mulanya mereka hanya memasok kain dikawasan industri Soreang Kab Bandung, untuk kebutuhan industri rumah tangga yang kemudian dij ajakan di pasar tanah abang, Jakarta. Seiring berjalannya waktu kawasan ini tidak saja menjadi tempat b uruan pengusahan tekstil, namun juga tempat berbelanja bagi wi satawan domestik. Pasar kain Cigondewah disebut sebut sebagai pusat perbelanjaan yang memiliki koleksi jenis kain terlengka p mulai dari kain untuk pakaian sampai kain untuk kelambu. Kota Bandung memang kaya akan potensi ekonomi dan budaya, pasar kain Cigondewah merupakan salah satu penggerak ekonomi rakyat yang berhasil memanfaatkan peluang dari usaha pengolahan limbah tekstil**. (Sumber : Pikiran Rakyat)**

Berdasarkan hasil survey awal penelitian tentang keunggulan bersaing oleh penulis kepada 30 responden pelaku usaha pada Sentra Kawasan Tekstil Cigondewah Bandung relatif banyak persaingan dan berdasarkan wawancara yang di lakukan penulis menyebutkan bahwa salah satunya persaingan yang ada yaitu dari produk yang di jual relatif sama**,** sehingga persaingan ketat maka perusahaan harus memiliki keunggulan bersaing, kemudian dari hal keunggulan bersaing salah satu pelaku usaha menyebutkan bahwa dalam produk tidak memiliki keunikan tersendiri. Dan dalam hal orientasi pasar pelaku usaha masih kurang dalam melakukan koordinasi yang artinya kurang dalam melakukan komunikasi antara pelaku usaha satu dan pelaku usaha yang lainnya dan dalam hal orientasi kewirausahaan pelaku usaha belum berani mengambil peluang – peluang usaha yang ada dalam meningkatkan keuntungan.

Dari berbagai fenomena yang di angkat dari hasil observasi langsung dan survey awal yang telah diuraikan diatas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha masih kesulitan dalam hal mengatasi persaingan yang terjadi di pasar, dan kesulitan dalam mengambil peluang-peluang yang ada. Oleh karena itu penulis merasa perlu dalam melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul yaitu **Keunggulan Bersaing Dipengaruhi Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Survey pada Sentra Kawasan Tekstil Cigondewah Bandung.**

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah tersebut maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1 Bagaimana tanggapan pelaku usaha mengenai orientasi pasar pada sentra kawasan tekstil Cigondewah Bandung .
2 Bagaimana tanggapan pelaku usaha mengenai Orientasi Kewirausahaan pada sentra kawasan tekstil Cigondewah Bandung.
3 Bagaimana tanggapan pelaku usaha mengenai keunggulan bersaing pada sentra kawasan tekstil Cigondewah Bandung .
4 Bagaimana tanggapan pelaku usaha mengenai orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing pada sentra kawasan tekstil Cigondewah Bandung
5 Bagaimana tanggapan pelaku usaha mengenai Orientasi Kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada sentra kawasan tekstil Cigondewah Bandung
6 Seberapa besar pengaruh orientasi pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada sentra kawasan tekstil Cigondewah Bandung secara parsial dan simultan

Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah agar peneliti dapat memperoleh informasi dan pengetahuan tentang membangun keunggulan bersaing produk pengaruhnya terhadap orientas pasar dan orientasi kewirausahaan pada umkm sentra kawasan tekstil cigondewah dalam mengimplementasikan guna penyusunan skripsi di jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

Tujuan Penelitian

1 Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar pada sentra kawasan tekstil Cigondewah Bandung.
2 Untuk mengetahui pengaruh Orientasi Kewirausahaan pada sentra kawasan tekstil Cigondewah Bandung
3 Untuk mengetahui pengaruh Keunggulan Bersaing pada sentra kawasan tekstil Cigondewah Bandung
4 Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing pada sentra kawasan tekstil Cigondewah Bandung.
5 Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada sentra kawasan tekstil Cigondewah Bandung.
6 Untuk mengetahui besarnya pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada sentra kawasan tekstil Cigondewah Bandung secara parsial dan simultan.

Kegunaan Hasil Penelitian Kegunaan Praktis

Hasil penelitian dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang terjadi di perusahaan sentra kawasan tekstil cigondewah bandung dalam membangun keunggulan bersaing di pengaruhi orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan.

1 Kegunaan Bagi Penulis
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan melalui penerapan ilmu dan teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan serta membandingkannya dengan fakta dan kondisi realita yang terjadi di lapangan.

2 bagi perusahaan
Sebagai bahan masukan bagi pimpinan perusahaan yang diteliti, sehingga perusahaan yang bersangkutan dapat memahami lebih lanjut tentang bagaimana Orientasi pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing, serta sebagai dalam rangka memperbaiki kelemahan ada agar perusahaan akan semakin baik.

3 bagi pihak lain
Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber pengetahuan dan bahan

referensi tentang informasi pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan sehingga dapat digunakan sebagai umpan balik bagi kinerja masing-masing

Kegunaan Akademis

1. Untuk menambah dan memperluas wawasan pengetahuan agar dapat dijadikan bahan referensi untuk mengembangkan ilmu Manajemen Bisnis
2. Bagi penulis lainnya, hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran bagi penulis lain yang membutuhkan informasi tentang analis pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing.
3. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang manajemen bisnis terutama tentang orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing

KAJIAN PUSTAKA

Orientasi pasar adalah sesuatu budaya bisnis dimana organisasi mempunyai komitmen untuk berkreasi menciptakan nilai unggul bagi pelanggannya. Hal ini sependapat **menurut Kohli dan Jaworski (1990,p.1-18) dalam Bakti dan Harun (2011:01)** orientasi pasar merupakan budaya perusahaan yang bisa membawa pada meningkatnya kenerja pemasaran.

Menurut Salter dan Narver (2000) dalam Susanto (2012) menegaskan bahwa orientasi pasar merupakan budaya bisnis yang menghasilkan kinerja terbaik melalui komitmen atas penciptaan nilai superior bagi pelanggan

Adapun indikator- indikator orientasi pasar menurut Narver dan Slater (1990) dalam Heri Setiawan (2012 : 13) menyatakan bahwa orientasi pasar terdiri dari 3 komponen perilaku, sebagai berikut:

1. Orientasi Pelanggan
   Aktivitasnya dilibatkan dalam memperoleh informasi tentang pembeli pada pasar yang dituju dan menyebarkan melalui bisnis.
2. Orientasi Pesaing
   Perusahaan yang mempunyai strategi bagaimana membagikan informasi mengenai pesaing, bagaimana merespon tindakan pesaing dan juga bagaimana manajemen puncak di dalam mendiskusikan strategi pesaing.
3. Koordinasi Interfungsional
   Didasarkan pada informasi pelanggan serta pesaing dan terdiri dari usaha bisnis yang terkoordinasi.

Orientasi Kewirausahaan

Menurut Knight (2000) dalam Muzakar Isa (2011:162) istilah Orientasi Kewirausahaan adalah sebagai kecenderungan individu untuk melakukan inovasi, proaktif dan mau mengambil risiko untuk memulai atau mengelola usaha.

Menurut Lumpkin dan Dess (1966) dalam Sri Muljaningsi (2011:436) bahwa orientasi kewirausahaan adalah sebagai sesuatu yang mengarah kepada proses, latihan dan aktivitas dalam pengambilan keputusan untuk pengembangan produk baru.

Adapun indikator- indikator dari orientasi kewirausahaan dikemukakan oleh Lumpkin dan Dess (1966) dalam Sri Muljaningsih (2011:346) Jurnal Aplikasi Manajemen Vol 9, No 2, Maret 2011 yang berpendapat bahwa ada 4 (empat) indikator untuk mengukur orientasi kewirausahaan, yaitu :

1. Berani Mengambil Resiko
   Adalah Upaya pencarian peluang-peluang baru.
2. Proaktif
   Adalah bertindak aktif mendeteksi pesaing dan merespon permintaan pasar pada masa mendatang.
3. Agresifitas bersaing
   Adalah intensitas perusahaan dalam merespon dan memanfaatkan peluang peluang baru.

Keunggulan Bersaing

Menurut Styagraha (1994:45) dalam Putu et al. (2013:67) ialah sebagai berikut, Keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan value added (nilai lebih) terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan.

Menurut Li *et al*,(2006) dalam Octarina (2015:60) keunggulan bersaing dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai yang tidak dimiliki dan tidak dapat ditiru oleh pesaing

Adapun indikator- indikator dari keunggulan bersaing yang dikemukakan Menurut Porter (1990) dalam Heri Setiawan (2012:14) indikator keunggulan bersaing yaitu:

1. Keunikan produk
   adalah keunikan produk perusahaan yang memadukan nilai seni dengan selera pelanggan
2. Kualitas produk
   adalah kualitas desain dari produk perusahaan.
3. Harga bersaing
   adalah kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga produknya dengan harga umum di pasaran.

Kerangka pemikiran

Menurut sekarang dalam sugiyono 2013:91 megemukakan bahwa kerangka pemikiran itu merupakan model konseptual tentang bagaimna teori berhubungan dengan berbagai factor yang dapat didefinisikan masalah penting. Atau dapat diartikan juga konsep dasar dalam penelitian

HIPOTESIS

Menurut Sugiono (2014:64) Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Hipotesis penelitian dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian , sampai terbukti melalui data yang terkumpul dan harus di uji secara empiris . Berdasarkan uraian kerangka pemikiran di atas , maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut.

Sub Hipotesis :

- H_1 : Terdapat Pengaruh Orientasi Pasar terhadap keunggulan bersaing pada sentra kawasan tekstil cigondewah Bandung.
- H_2 : Terdapat Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada sentra kawasan tekstil cigondewah Bandung.
- H3 : Terdapat Pengaruh Orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing di sentra kawasan tekstil cigondewah Bandung

Hipotesis utama :

- Terdapat Pengaruh Orientasi Pasar dan orientasi kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing pada Pengusaha di Sentra kawasan tekstil cigondewah Bandung.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2015:35) mengatakan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri , baik satu variabel atau lebih variabel (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan atau mencari hubungan variabel satu sama lain.

Sedangkan Metode Verifikatif **menurut Mashuri (2008) dalam Narimawati Umi (2010:29)** adalah sebagai berikut: “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 Verifikatif untuk mengetahui besarnya pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing. Sumber data yang di pakai peneliti ini yaitu data sekunder dan data primer.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah pelaku usaha pada sentra kawasan tekstil cigondewah bandung sebanyak 118 orang.

Teknik penarikan sampel yang penulis gunakan yaitu teknik *random sampling.* mengacu kepada pendekatan Slovin Dalam metode penarikan sampel pada penelitian ini, menggunakan pendekatan *slovin* menurut Yumane (1967) dalam Sudirdja (2012) pendekatan ini dinyatakan dalam rumus berikut ini:

$$n = \frac{N}{1 + (N\, e^2)}$$

Keterangan:

n : jumlah sampel
N : jumlah populasi
e : tingkat kesalahan dalam penelitian 10% atau 0,1

$$n = \frac{118}{1 + (118 \times 0{,}1^2)}$$

¿54

Dengan menggunakan rumus diatas, bahwa dengan jumlah populasi sebanyak 118 pelaku usaha dengan tingkat kesalahan sebesar 10% atau 0,1 maka didapat sampel sebanyak 54 pelaku usaha . Untuk menghindari bias dari hasil angket penelitian maka penulis memperbesar sample penelitian menjadi 60 pelaku usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan peneliti dengan maksud untuk menganalisis hubungan linear antara variabel independen dengan variabel dependen. Dengan kata lain untuk mengetahui besarnya pengaruh orientasi pasar dan orientasi pasar terhadap

keunggulan bersaing pada Sentra Kawasan Tekstil Cigondewah Bandung.

Dari tabel output di atas diperoleh nilai a sebesar -029, β_1 sebesar 0,566 dan β_2 sebesar 0,435. Dengan demikian, persamaan regresi linier berganda yang akan dibentuk adalah sebagai berikut:

$$Y= -029 + 0{,}566X_1 + 0{,}435X_2$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

α = -029 artinya jika variabel orientasi pasar (X_1) dan orientasi Kewirausahaan (X_2) bernilai nol (0), maka variabel keunggulan bersaing (Y) akan bernilai -029 satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan tidak adanya variabel independen variabel dependen akan bernilai positif, maka variabelorientasi pasar (X_1) dan orientasi Kewirausahaan (X_2)searah dengan berubahnya variabel Keunggulan bersaing (Y).

β_1 = 0,566 0,566 artinya koefisien regresi untuk variabelbebas X_1bernilai positif,menunjukkan adanya hubungan yang berbanding lurus antara orientasi pasar (X_1) dengan Keunggulan bersaing (Y). Koefisien regresi variabel X_1 sebesar 0,566 mengandung arti untuk setiap kenaikan orientasi pasar (X_1) sebesar 1% akan menyebabkan peningkatan Keunggulan bersaing (Y) 0,566.

β_2 = 0,435 0,435 artinya koefisien regresi untuk variabel bebas X_2bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang berbanding lurus antara orientasi Kewirausahaan(X_2) dengan Keunggulan bersaing (Y). Koefisien regresi variabel X_2 sebesar 0,435 mengandung arti untuk setiap kenaikan orientasi Kewirausahaan (X_2) sebesar 1 persen akan menyebabkan peningkatan Keunggulan bersaing (Y) sebesar 0,435.

Pada persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa jika orientasi pasar dan orientasi Kewirausahaan ditingkatkan maka Keunggulan bersaing juga akan meningkat, ditingkatkan dalam arti apabila dalam indikator orientasi pasar yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi interfungsional ditingkatkan oleh pelaku usaha Sentra kawasan tekstil cigondewah bandung, maka Keunggulan bersaing semakin tinggi dengan keunikan produk, kualitas produk dan harga bersaing. Begitu pula dengan orientasi kewirausahaan , apabila indikator agresitas bersaing, pengambilan resiko dan keproaktivan ke masa depan ditingkatkan maka Keunggulan bersaing akan meningkat pula.

uji asumsi klasik

Pengujian asumsi ini terdiri atas tiga pengujian, yakni uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastistias.

uji normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi data yang normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data yang normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi ada tidaknya pelanggaran asumsi normalitas dapat dilihat dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari populasi adalah normal.
b. Jika probabilitas < 0,05 maka distribusi dari populasi adalah tidak normal.

Dari hasil pengujian normalitas data yang disajikan terlihat bahwa nilai probabilitas (sig) variabel residual sebesar 0,907> 0,05 yang menunjukan bahwa data yang digunakan memiliki sebaran yang normal. Dengan kata lain asumsi normalitas data terpenuhi.

uji multikolinieritas

Uji multikolinearitas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi

yang diajukan memiliki korelasi kuat antar variabel independen. Jika terjadi korelasi kuat, maka terdapat masalah multikolinearitas yang harus diatasi. Model regresi yang baik yaitu tidak terdapatnya multikolinearitas atau tidak terjadi korelasi yang kuat antar variabel independen.

Untuk melihat nilai multikolinieritas dapat dilihat dengan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinieritas. Sebaliknya jika *tolerance* < 0,10 dan VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas. Dari pengolahan data yang telah dilakukan, diperoleh hasil uji multikolinieritas sebagai berikut:

Dari data yang disajikan terlihat bahwa nilai *tolerance* yang diperoleh kedua variabel bebas masing-masing sebesar 0,778> 0,1 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10. Hal ini menunjukan bahwa tidak ditemukan adanya korelasi yang kuat diantara variabel bebas, sehingga asumsi multikolinieritas data terpenuhi.

uji heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskesatisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya pelanggaran asumsi heteroskedastisitas dapat dilihat dengan menggunakanuji korelasi glejser, yaitu dengan meregresikan antara varabel bebas dengan nilai absolute residual. Jika hasil regresi tidak signifikan (sig > 0,05), maka dapat dikatakan bahwa variance residual bersifat homogen, tetapi jika hasil regresi signifikan (sig < 0,05) dapat dikatakan bahwa variance residual bersifat heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat sebagai berikut:

Dari hasil pengujian heteroskedastisitas di atas, terlihat bahwa nilai signifikansi yang diperoleh kedua variabel bebas > 0,05 yang menunjukan bahwa varians residual dalam data bersifat homokedastisitas, dengan kata lain, tidak ditemukan adanya pelanggaran asumsi heteroskedastisitas.Selain itu, pengujian heteroskedastisitas bisa dilihat menggunakan uji grafik *scatter plot* dengan ketentuan sebagai berikut:

a. jika ada pola tertentu seperti titik-titik (*point-point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas
b. jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka nol pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

ANALISIS KORELASI

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur ada tidaknya hubungan linier antara variabel bebas dengan variabel terikat, dalam hal ini untuk melihat hubungan antara orientasi pasar (X_1) dan orientasi kewirausahaan (X_2) dengan keunggulan bersaing (Y) baik secara simultan maupun secara parsial. Teknik analisis korelasi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis korelasi *pearson product moment.*

ANALISIS KORELASI SIMULTAN

, diperoleh hasil analisis korelasi simultan antara orientasi pasar (X_1) dan orientasi kewirausahaan (X_2) dengan keunggulan bersaing (Y) sebagai berikut

Berdasarkan nilai koefisien korelasi yang diperoleh antara orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan dengan keunggulan bersaing adalah sebesar 0,704. Nilai korelasi sebesar 0,704jika mengacu pada kriteria yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013:184) termasuk dalam kategori kuat, berada dalam kelas interval antara 0,60 – 0,799. Sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang kuat antara Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan dengan keunggulan bersaing.

ANALISIS KORELASI PARSIAL

Dengan menggunakan *software* SPSS, diperoleh hasil analisis korelasi parsial antara orientasi pasar (X_1) dan orientasi kewirausahaan (X_2) dengan keunggulan bersaing (Y) sebagai berikut:

Hubungan Antara Orientasi Pasar dengan Keunggulan Bersaing

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara orientasi pasar dengan keunggulan bersaing adalah sebesar 0,635. Nilai korelasi sebesar 0,635 jika mengacu pada kriteria yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013:184) termasuk dalam kategori kuat, berada dalam kelas interval antara 0,60 – 0,799.

Hubungan Antara Orientasi Kewirausahaan dengan Keunggulan Bersaing

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara orientasi kewirausahaan dengan keunggulan bersaing adalah sebesar 0,569. Nilai korelasi sebesar 0,569 jika mengacu pada kriteria yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013:184) termasuk dalam kategori cukup kuat, berada dalam kelas interval antara 0,40 – 0,599

ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa nilai koefisien korelasi atau (R) yang diperoleh sebesar 0,704. Dengan demikian koefisien determinasi dapat dihitung sebagai berikut:

Koefisien Determinasi Simultan

Kd = $(r)^2$ x 100 %

Kd = $(0{,}704)^2$ x 100 %

Kd = 49,5%

Dari hasil perhitungan di atas terlihat bahwa nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 49,5%. Hal ini menunjukan bahwa kedua variabel bebas yang diuji yang terdiri dari orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan memberikan kontribusi terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Kawasan Tekstil Cigondewah Bandung sebesar 49,5%, sedangkan 50,5% lainnya merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti.

Koefisien Determinasi Parsial

Berdasarkan output di atas dilakukan perhitungan sebagai berikut:

Pengaruh X_1 terhadap Y = 0,471 x 0,635 = 0,299 atau 29,9%

Pengaruh X_2 terhadap Y = 0,346 x 0,569 = 0,196 atau 19,6%

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diketahui bahwa variabel yang paling dominan mempengaruh keunggulan bersaing adalah orientasi pasar (X_1) dengan kontribusi yang diberikan sebesar 29,9%, sedangkan 19,6% lainnya diberikan oleh orientasi kewirausahaan (X_2).

PENGUJIAN HIPOTESIS Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

a. **Pengujian Hipotesis Parsial Orientasi Pasar X_1**

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai t-hitung yang diperoleh orientasi pasar (X_1) adalah sebesar 4,423. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=60-2-1= 57, diperoleh nilai t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar±2,002. Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 4,423 berada diluar nilai t-tabel (-2,002 dan 2,002). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsialorientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Kawasan Tekstil Cigondewah Bandung. Jika disajikan dalam grafik, nilai t-hitung dan t-tabel tersebut dapat dilihat pada table berikut ini:

b. **Pengujian Hipotesis Parsial orientasi kewirausahaan X_2**

Berdasarkan hasil yang diketahui bahwa nilai t-hitung yang diperoleh orientasi kewirausahaan (X_2) adalah sebesar 3.250. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=60-2-1= 57, diperoleh nilai t-tabel untuk pengujian

dua pihak sebesar±2,002. Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 3.250, berada diluar nilai t-tabel (-2,002 dan 2,002). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Kawasan Tekstil Cigondewah Bandung.

PENGUJIAN HIPOTESIS. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, terlihat bahwa nilai F-hitung yang diperoleh sebesar 28.071 Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai F-tabel pada tabel distribusi F. Dengan α=0,05, db_1=2 dan db_2=57, diperoleh nilai F-tabel sebesar 3,159. Dari nilai-nilai di atas, terlihat bahwa nilai F_{hitung} (28.071) > F_{tabel} (3,159), sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya secara simultan kedua variabel bebas yang terdiriorientasi pasar dan orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Kawasan Tekstil Cigondewah Bandung.

Jika disajikan dalam gambar, nilai F_{hitung} dan F_{tabel} tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan para pelaku usaha mengenai Orientasi pasar yang memiliki tiga indikator yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi interfungsional. Mengenai hal tersebut dari hasil skor pengolahan data bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi berada pada Orientasi Pesaing hal ini menyebabkan bahwa persaingan yang terjadi di sentra kawasan tekstil cigondewah Bandung sangat cukup baik . Sedangkan Indikator yang memiliki skor terendah yaitu berada pada Koordinasi Interfungsional hal ini dikarenakan kurangnya hubungan komunikasi antara pemilik toko dan karyawan.
2. Tanggapan para pelaku usaha mengenai orientasi kewirausahaan yang memiliki empat indikator yaitu, keinovatifan, agresitas bersaing, pengambilan resiko dan keproaktivan. Mengenai hal tersebut dari hasil skor pengolahan data bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi berada pada indikator Agresitas bersaing Hal ini menyebapkan bahwa agresitas bersaing di sentra kawasan tekstil kawasan cigondewah bandung tergolong cukup baik. Sedangkan Indikator yang memiliki skor terendah yaitu sebesar terdapat pada indikator berani mengambil resiko termasuk dalam kategori
   cukup hal ini dikarenakan kurangnya dalam keberanian dari pelaku usaha untuk mengambil resiko .
3. Tanggapan para pelaku usaha mengenai Keunggulan Bersaing yang memiliki empat indikator yaitu keunikan produk , Kualitas produk, dan Harga bersaing . Mengenai hal tersebut dari hasil skor pengolahan data menyatakan bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi berada pada indikator harga bersaing hal ini menyebabkan harga kualitas sangat penting dari suatu produk hal ini menjadikan bahwa kualitas yang terjadi di sentra kawasan tekstil cigondewah Bandung sangat cukup baik . Sedangkan Indikator yang memiliki skor terendah yaitu berada pada indikator keunikan produk hal ini menyebapkan kurangnya dalam mencari atau memproduksi produk yang unik yang tidak pasaran .

4. Secara parsial, orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada sentra kawasan tekstil Cigondewah Bandung. Hal ini ditunjukan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing.
5. Secara parsial, orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada sentra kawasan tekstil Cigondewah Bandung. Hal ini ditunjukan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing.
6. Secara simultan, orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada sentra kawasan tekstil Cigondewah Bandung. Hal ini ditunjukan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari orientasi pasar, orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing.

Saran -Saran

Saran yang dapat dijadikan masukan dan kritik dari penulis pada pada Sentra Kawasan Tekstil cigondewah Bandung yaitu:

1. Tanggapan untuk pelaku usaha di Sentra kawasan tekstil Cigondewah Bandung tentang Orientasi Pasar dinilai sangat cukup baik . Namun perlu di perhatikannya atas apa yang menjadi salah satu kebutuhan pelanggan untuk meningkatkan hasil dan kepuasan pelanggan . Selain itu hal yang harus di lakukan untuk mendapatkan keberhasilan suatu usaha perlu mengetahui tentang setiap informasi-informasi akan hal pembaharuan suatu produk tentang produk sedang berlaku untuk meningkatkan persaingan. Serta pada indikator yang paling rendah yaitu koordinasi interfungsional maka disarankan pihak sentra kawasan tekstil cigondewah bandung, dapat meningkatkan hubungan koordinasi antara pemilik dengan karyawan dengan cara melaukan komunikasi atau melakukan pendekatan sehingga dapat terjalin komunikasi dalam hal menciptakan ide- ide untuk meningkatkan persaingan.

2. Tanggapan yang selanjutnya yaitu untuk para pelaku usaha sentra kawasan tekstil Cigondewah Bandung tentang Agresitas bersaing dinilai sangat cukup baik .Namun disamping hal tersebut terdapat kelemahan pada keberanian dari pelaku usaha untuk mengambil resiko maka disarankan pihak sentra kawasan tekstil cigondewah bandung, harus mulai mencoba untuk berani dalam mengambil keputusan yang berisiko. sangat penting untuk setiap pengusaha dalam menciptakan suatu nilai untuk bersaing.

3. Tingkat Keunggulan Bersaing pada sentra kawasan tekstil Cigondewah Bandung sudah berjalan dengan cukup baik . Hal ini menyebabkan keunggulan bersaing yang terjadi di sentra tersebut sudah berjalan dengan baik meskipun terdapat indikator yang memiliki skor terendah yaitu indikator keunikan produk, maka disarankan pihak sentra kawasan tekstil cigondewah bandung, akan hal ini para pengusaha harus mengetahui pentingnya keunikan dalam produk . sehingga produk yang dijual tidak sama dengan pelaku usaha lain.

4. Pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing pada sentra kawasan tekstil cigon dewah bandung dapat dikategorikan cukup berpengaruh,

sehingga pelaku usaha harus bisa mulai dalam melakukaan hubungan koordinasi dengan karyawan sehingga dapat meningkatkan persaingan terhadap usaha.

5. Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada sentra kawasan tekstil cigon dewah bandung dapat dikategorikan cukup berpengaruh, sehingga pelaku usaha harus bisa mulai memperhatikan akan keoptimisan dalam berbisnis , bertanggung jawab dalam, berani dalam mengambil peluang yag ada serta dapat mempunyai ide- ide baru uuntuk meningkatkan usahanya.
6. Pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada sentra kawasan tekstil cigon dewah bandung dapat dikategorikan cukup berpengaruh, sehingga pelaku usaha harus dapat memperhatikan akan hal- hal yang bisa mempegaruhi dalam kesuksesan suatu usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Heri Setiawan*, pengaruh orientasi pasar, orientasi teknologi dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha songket skala kecil dikota palembang* Jurnal Orasi Bisnis Edisi ke-VIII, November 2012 ISSN: 2085-1375

Isa,Muzakar.2011. *Analisi Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, Dan Kinerja Industri Mebel.* Sri Muljaningsih (2011:346) *analisis karakteristik organisasi dan gaya manajemen serta pengaruhnya terhadap orientasi kewirausahaan dan kinerja perusahaan* Jurnal Aplikasi Manajemen Vol 9, No 2, Maret 2011

Manshuri (2009) penelitian verifikatif yogyakarta andi

Perengki Susanto, *Pengaruh Orientasi Pasar Pada Kinerja Perusahaan Kecil* Jurnal Kajian Manajemen Bisnis Volume 1, Nomor 2, September

Putu Sukarmen, Andi sularso, Deasy Wulandari,*2013 Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasankonsumen Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabelintervening Pada Produk Gula Pasir Sebelas (Gupalas) Pabrik Gula Semboro Ptp Nusantara Xi (Persero)* JEAM Vol XII 1/2013 ISSN : 1412-5366

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis. Bandung*: ALFABETA

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis. Bandung*: ALFABETA

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Bisnis. Bandung*: ALFABETA

Sukma Bakti & Harniza Harun, *Pengaruh Orientasi Pasar Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kinerja Pemasaran Maskapai Penerbangan Lion Air*, Jurnal Manajemen Pemasaran Modern Vol. 3 No.1 Januari - Juni 2011 ISSN 2085-0972