# PENGARUH INOVASI PRODUK DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING
## ( Study Pada Pengusaha Kain Batik Khas Majalengka Di Kabupaten Majalengka)

*The Effect Of Product Innovation and Enterpreneurial Orientation*

*On Competitive Advantage*

*( Study on EnterpreneurSpecial Batik Cloth Majalengka In Majalengka District)*

**Dr.Rizky Zulfikar, SE., M.Si**
**E-mail : Rizki_zoel@yahoo.com**
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indoesia

**Dedeh Dahlia**
**E-mail : dahliarose22@gmail.com**
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indoesia

***ABSTRACT***

*Competitive advantage can be achieved by carrying out product innovation and entrepre neurial orientation han a direct influence between product innovation and entrepreneurial orientation that business actors have have a direct influence on the increase in competitive advantage. The purpose of this study was to determine and analyze the impact of product innovation and entrepreneurial orientation to competitive advantage.*

*This research is intended to examine the effect of product innovation and entrepreneurial orientation on the superiorityof competing both partially on Majalengka batik entrepreneu rs. The research method used is descriptive and verification research methods . Data was collected using questionnaires and the analysis method used is multiple inear regression analysis.*

*The results showed that the product innovation, entrepreneurial orientation, and competiti ve advantage of Majalengka Batik's business actors in all fields can be quite good. Simultaneously, the effect of product innovation and entrepreneurial orientation on the simultaneous competitive advantage of Majalengka Batik's business actors in Majalengka Regency is quite good.*

***Keywords:*** *Product Innovation, Entrepreneurship Orientation, Competitive Advantage*

## PENDAHULUAN

### LATAR BELAKANG MASALAH

Indusri pakaian yang kini telah berkem bang pesat dibanyak daerah di indone sia, bahkan diseluruh dunia. Industri bati k Indonesia umumnya merupakan industri kecil menengah (UKM) yang menjadi atau pencarian sebagian masyarakat. Di tengah persaingan global yang semakin kompetitif dan dinamis, preferensi konsu men terhadap produk ramah lingkungan terus meningkat. Kehadiran dari inovasi produk batik warna alam mampu menja wab tantangan tersebut dan diyakini dapat meningkatkan peluang pasar batik saat ini.

Persaingan pelaku usaha semakin ha ri semakin ketat sehingga para pelaku usaha memiliki keunggulan bersaing untuk bertahan dan meningkatkan usahanya. Apabila pelaku usaha tidak mempunyai keunggulan bersaing maka akan menyebabkan kelangsungan usahanya dalam melakukan pemasaran dan penjualan ke pelanggan.Keunggulan bersaing dapat di capai dengan orientasi kewirausahaan dan inovasi produk, pelaksanaan dari orientasi kewirausahaan yaitu menjalankan sikap-sikap kewirausahaan dalam bentuk inovasi,proaktifitas dan kesediaan menga mbil resiko hal lain yang mampu mengd ongkrak keunggulan bersaing suatu usah a atau produk dan jasa yaitu inovasi pa da produk yang ditawarkan inovasi produ k merupakan suatu gagasan,ide dan pe mikiran yang di tumpahkan pada produk atau jasa yang bertujuan untuk menambah manfaat atau kegunaan agar menarik minat pelanggan.

Kota Majalengka merupakan salah satu kabupaten yang a da di Provinsi jawa Barat, kini mempunyai ikon batik yaitu Batik k has Majalengka.

Namun dalam upaya mengembangkan b atik khas majalengka belum konsisten da lam melakukan penjualan hal tersebut ter cerminkan dalam nilai penjualan kain bati k khas majalengka yang pluktuatif.

### RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang penul is uraikan,maka dirumuskan masalah seb agai berikut :

1. Bagaimana tanggapan pengusaha mengenai inovasi produk pada kain batik khas Majalengka di Kabupaten M ajalengka.
2. Bagaimana tanggapan pengusaha mengenai Orientasi kewirausahaan pada kain batik khas Majalengka di Kabupaten Majalengka.
3. Bagaimana tanggapan pengusaha mengenai keunggulan bersaing pada kain batik khas Majalengka di Kabupaten Majalengka.
4. Seberapa besarkah pengaruh inovasi produk dan orientasi kewirausahaan te rhadap keunggulan bersaing secara pa rsial dan simultan pada kain batik kha s majalengka di KabupatenMajalengka.

### TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui bagaimana inovasi produk pada kain batik khas Majaleng ka di Kabupaten Majalengka.
2. Untuk mengetahui bagaimana orientasi kewirausahaan kain batik khas Majalengka di Kabupaten Majalengka.
3. Untuk mengetahui bagaimana keunggulan bersaing pada kain batik khas Majalengka di Kabupaten Majalengka.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh inovasi produk, orientasi kewirausahaa n dan keunggulan bersaing pada kain batik khas Majalengka di Kabupaten Majalengka.

### KEGUNAAN PENELITIAN

#### Kegunaan Penelitian Secara Praktis

1. Manfaat bagi penulis
   Untuk menambah bahan acuan atau sumber penelitian khususnya mengenai invasi produk,orientasi kewirausahaan, dan keunggulan bersaing.
2. Manfaat bagi perusahaan
   Untuk dijadikan bahan pertimbangan atau bahan pengambilan keputusan yang berkaitan dengan inovasi produk, orientasi kewirausahaan serta keunggulan bersaing

#### Kegunaan Akademis

1. Untuk menambah bahan acuan untuk dijadikan bahan referensi.
2. Untuk menambah bahan acuan atau pengetahuan atau wawasan.
3. Penelitian ini di harapkan dapat dijadikan bahan referensi pengetahuan tentang inovasi produk, orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing.

## KAJIAN PUSTAKA

### INOVASI PRODUK

Inovasi produk **Lucas dan Farrel (2007:217) dalam Hapsawati (2017)** mendefinisikan bahwa inovasi produk sebagai proses dal am membawa teknologi yang baru untuk di tanggap.Sedangkan menurut **Nasution (2005:44)** menyatakan bahwa inovasi produk atau jasa baru yang diperkenalkan ke pasar diketegorikan sebagai produk b aru bagi dunia , lini produk baru, tambahan pada lini produk baru yang tel ah ada, penentuan kembali dan penguranga biaya.

**Wahyono (2002:28-29)** menjelaskan bahwa inovasi yang berkelanjutan dalam suatu perusahaan merupakan kebuuhan dasar yang pada gilirannya akan mengarah pada keunggulan komeptitif.

### INDIKATOR INOVASI PRODUK

Menurut **Lucas and Farrel (2000, p. 217)** dalam Hapsawati (2017) mendefinisikan bahwa inovasi produk s ebagai proses dalam membawa teknolog i yang baru untuk ditanggap.

Inovasi produk dapat dipisahkan menja di tiga indikator dasar yaitu :

1. Perluasan Produk adalah produk yang masih umum atau biasa di lingkungan perusahaan tetapi baru untuk pelangga n .
2. Peniruan Produk adalah produk yang dianggap baru oleh perusahaan atau produsen tetapi umum atau biasa menurut pelanggan.
3. Produk Baru adalah produk yang di anggap baru oleh perusahaan atau produsen dan pelanggan..

### ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN

Orientasi kewirausahaan merupakan salah satu faktor penting yang dapat menentukan keberhasilan suatu bisnis**. (Lee & Peterson,2000 ; Gupta, Mcmillan & surie , 2004; Prieto , 2010)**. Orientasi kewirausahaan seorang pengusaha dianggap memilki peranan ya ng signifikan alam kesuksesan suatu bisnis, sehingga bisnis tersebut dapat berkinerja dengan sehat. **(Mahmood & Hanafi, 2013; Zainol & Ayadurai, 2011)**. Orientasi kewirausahaan merupakan siste m nilai perusahaan yang nantinya mene ntukan arah gerak atau strategi perusah aan. Orientasi kewirausahaan terbagi dalam lima dimensi **(Lumpkin dan Dess, 1996:140-149)**:

1. Keinovatifan (*innovativeness*)
2. Pengambilan resiko (*risk tasking*)
3. Keaktifan ( *proactiveness* )
4. Keagresifan bersaing (*competitive aggressiveness*)
5. Otonomi (*autonomy*)

### INDIKATOR ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN

Indikator orientasi kewirausahaan menurut **Lumpkin & Dess,2001; Kobia & Sikalich, 2010** yaitu sebagi berikut :

1. Proaktif
   Proaktif berpacu pada cara pandang kedepan dalam pengambilan ide atau gagasan dengan menjaga dan meng optimalkan atau mengejar peluang ya ng baru dan ikut serta dalam pasar yang tumbuh atau muncul.Proaktif pe nting karena menimbulkan pendirian u ntuk memandang kedepan yang diikui dengan kegiatan yang kreatif atau pe mikiran baru dan lawan dari proektif itu adalah ketidak mampuan memak simalkan peluang.
2. *Risk taking*
   Mengambil resiko yaitu proses pemilih an indakan tegas dengan mempelajari dan mengemangkan faktor yang tidak diketahui,
   meminjam dengan jumlah besar dan mengunakan sumberdaya yang berpen garh untuk usaha di lingkungan yang tidak pasti.

### KEUNGGULAN BERSAING

Keungulan bersaing merupakan strategi k euntungan dari perusahaan yang melaku kan kerjasama untuk berkompetisi lebih

efektif dalam pasar.

Strategi yang didesain bertujuan untuk mencapai keunggulan bersaing yang teru s menerus agar perusahaan dapat terus menjadi pemimpinpasar **(Prakosa,2005:53)** dalam **Chintia Vanessa Djodjobo'Hendra N Tawas (2014:1214-1224)**. Perusahaan mengalami keunggulan bersai ng ketika tindakan-tindakan dalam suatu industri atau pasar menciptakan nilai ekonomi dan ketika bebrapa perusahaan yang bersaing terlibat dalam tindakan serupa **(Berney ,2010:9)** dalam **Chintia Vanessa Djodjobo'Hendra N Tawas (2014:1214-1224).**

**INDIKATOR KEUNGGULAN BERSAING**

Indikator Keunggulan Bersaing Porter (1990) dalam Heri Setiawan (2012:14) :

1. Keunikan produk adalah keunikan prod uk perusahaan sehingga membedakan nya dari produk pesaing atau produk umum dipasaran.
2. Kualitas produk adalah kualitas dari pr oduk yang berhasil diciptakan oleh per usahaan.
3. Harga bersaing adalah kemampuan pe rusahaan untuk menghasilkan produk dengan harga yang mampu bersaing d ipasaran.

**KETERKAITAN ANTARA INOVASI PRODUK DAN KEUNGGULAN BERSAING**

Hasilh penelitian ini didukung hasil penelitian terdahulu oleh Sismanto (2006) dan Dewi (2006) dalam Cyntia Vanessa Djodjobo, Hendra N Tawas (2014) dimana inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Suatu usaha yang tidak memiliki kema mpuan atau memiliki kemampuan yang l emah dalam memperkenalkan inovasi ma ka usaha tersebut bisa tertinggal dan in ovasi mungkin dilakukan oleh kompetitor. Suatu usaha yang berkemampuan memp erkenalkan inovasi maka usaha tersebut bisa memimpin dan memperkecil kemung kinan kompetitor untukvmelakukan inovasi lebih awal.

**KETERKAITAN ANTARA ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN KEUNGGULAN BERSAING**

Menurut Porter (2008) dalam Erni Jayaningrum dan Brillyenes Sanawiri (2018)

mendefinisikan dalam penelitiannya bahw a orientasi kewirausahaa berpengaruh sig nifikan terhadap keunggulan bersaing,

mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam marketplace yang sama.

Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses,praktik,dan pengambilan keputusan yang mendorong kearah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil keputusan.

**HIPOTESIS**

Menurut Sugiono (2014:64) Hipotesis adalam jawaban sementara me ngenai rumusan masalah yang diteliti dim ana rumusan masalah yang diteliti telah digunakan dengan bentuk pertanyaan, hipotesis penelitian dapat diartikan sebbagai jawaban yang mempunyai sifat sementara mengenai masalah penelitian, sehingga terbukti dengan data yang terk umpul serta harus di uji secara empiris mengenai uraian kerangka pemikiran diat as maka hipotesis penelitiannya yaitu :

H1:Inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Kain Batik Khas Majalengka di Kabupaten Majalengka.

H2 : Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Kain Batik Khas Majalengka di Kabupaten Majalengka.

Hipotesis Utama :

Terdapat pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keung gulan Bersaing pada Kain Batik Khas Majalengka di Kabupaten Majalengka.

**METODOLOGI PENELITIAN**

**OBJEK PENELITIAN**

Objek penelitian yaitu artibut atau si fat atau nilai dari populasi orang,objek at au kegiatan yang memiliki variabel terten tuyang dipilih dan ditetapkan untuk dipela jari dan ditarik kesimpulan (Sugiono 2011:23).

Dalam penelitian ini penulis menge mukakan dua variabel yang akan diteliti. Adapun variabel-variabel tersebut adalah:

1. Variabel Independent atau variabel Bebas (VariabelX),

yaitu variabel yang menjadisebab terjadin ya variabel dependent (variabel tidak bebas).

Variabel Independent dalam penelitian i ni adalah Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan.

2. Variabel Dependent atau variabel tidak bebas (Variabel Y) yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel Independent.

Variabel Dependent dalam penelitian ini adalah Keunggulan Bersaing pada Pelak u Usaha Kain Batik Khas Majalengka di Kabupaten Majalengka.

**POPULASI DAN SAMPEL**

**Sugiyono (2015:80)** adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari d an ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan pada penelitian ini terdapat di UKM kain Batik Khas Majalengka di Ma jalengka yaitu sebanyak 130 pelaku usah a

Sampel pada penelitian ini adalah kon sumen batik di kabupaten majalengka.

Sampel dari penelitian ini adalah menga mbil sampel secara acak dalam populasi yang di sebut *simpel random sampling*.

Sampel secara acak pada konsumen ba tik di kabupaten majalengka dengan melakukan penyebaran konsumen seban ya 6 pelaku usaha.

**TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

Dengan ini penulis melakukan pengelo mpokan data yang dibagi kedalam du a golongan yaitu:

**1. Populasi**

Sugiyono (2015:80)adalah wilayah ge neralisasi yang terdiri atas objek atau su bjek yang mempunyai kualita dan karakt eristik tertentu yang ditetapkan oleh penelit i untuk dipelajari dan ditarik kesimpulanny a.

Populasi yang digunakan pada peneliti an ini terdapat di UKM kain Batik Khas Majalengka di Majalengka yaitu sebanyak 130 pelaku usaha .

**2. Sampel**

Menurut Sugiyono ( 2012:81 ) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun teknik *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan *probability sampling* dengan *simple random sampling*.

Sugiyono (2012:82) *probability sampli ng* adalah teknikpengambilan sampel yan g memberikan peluang yang sama bagi seti ap unsur (anggota) populasi untuk dipilih me njadi anggota sampel. Dan adapun *simple random sampling* adalah pengambi lan anggota sampel dan populasi dilakuka n secara acak tanpa memperhatikan stra ta yang ada dalam populasi itu.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan verivikatif.

**Analisis Deskriptif /Kuantitatif**

Analisis Deskriptif/ kualitatif digun akan untuk menggambarkan tentang cir i-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan mengg unakan uji statistic.

Analisis kualitatif digunakan deng an menyusun tabel frekwensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perol ehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik.

**Analisis Verifikatif (Kuantitatif)**

Data yang dihimpun dan di kumpu lkan melalui kuesioner yang kemudian di olah dengan cara kuantitatif, maka dari itu,data yang telah terkumpul dari kuesio ner merupakan data ordinal,sedangkan u ntuk melalukan analisis data diperlukan d ata interval,sehingga untuk memecahkan persoalan diperlukan tingkatansekala mel alui kuantitatif kemudian di lakukan sebu ah analisis regresi orelasi dan determinasi.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**HASIL PENELITIAN**

Analisis deskriptif ini dilakukan dengan tujua n untuk melihat hasil dari gambaran hasil pe

nelitian mengenai inovasi produk, orientasi kewirausahaan, dan keunggulan bersaing dengan menggunakan sampel sebanyak 60 responden. Sedangkan untuk melihat hasil jawaban atau penilaian dari hasil penelitian kepada responden pada setiap pertanyaan diajukan melalui penyebaran kuisioner . Oleh karena itu penelitian ini dilakukan d engan menggunakan metode analisis dek sriptif dengan menggunakan pendekaran distribusi frekuensi dan persentase,sedan gkan untuk melihat hasil penilaian dari r esponden terhadap setiap variabel yang di teliti dapat dilihat dari hasil persentase dan hasil skor actual ideal yang telah diperoleh.
Dari hasil analisis deskriptif terdapat jawaban dari responden dalam setiap inikator, diketahui bahwa variabl inovasi produk persentase skor tertinggi sebesar 69,3% terdapat pada indikator peniruan produk termasuk dalam kategori baik, sedangkan persentase skor terendah sebesar 59,0% terdapat pada indikator perluasan produk termasuk dalam kategori cukup. Variabel orientasi kewirausahaan persentase skor tertinggi sebesar 62,3% terdapat pada i ndikator pengambilan resiko termasuk dal am kategori cukup,sedangkan persentase skor terendah sebesar 57,7% terdapat pada indikator proaktif termasuk dalam kategori cukup.
Danvariabel keunggulan bersaing persen tase skor tertinggi sebesar 68,7% terdap at pada indikator harga bersaing termasu k dalam kategori baik,sedangkan persenta se skor terendah sebesar 57,0% terdapat pada indikator keunikan produk termasuk dalam kategori cukup.

**UJI ASUMSI KLASIK**

Pengujian yang digunakan dalam peneli tian ini adalah uji normalitas,multikoline aritas, dan heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk meng uji apakah model regresi,variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Mode regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Adapun alat pengujian yang digunakan oleh penulis yaitu dengan menggunakan tes *Kolmogorov Smirnov*. Dalam hal ini untuk mengetahui apaka h distribusi residual terdistribusi normal jik nilai signifikansi lebih dari 0,05 atau juga dapat dilihat pada uji gambar*P-P Plot*jika titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diag onal, maka dapat disimpulkan bahwa residu dalam model berdistribusi secara normal.
Dengan menggunakan bantuan program *SPSS*, diperoleh hasil uji sebagai berikut :

Dari hasil pengolahan di atas dap at di simpulkan nilai signifikansi (Asymp. Sig. (2-tailed)) dari uji *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 1,000 dan lebih besar dari 0,05. Karena nilai signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Menurut Singgih Santoso (2002:393)Modelregresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi n ormal atau mendekati normal, sehingga laya dilakukan pengujian secara statistic

c. Hasil Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinearitas yaitu suat u keadaaan ketika model regresi di temukan adanya suatu korelasi yang me ndekati sempurna atau sempurna antar a riabe independen. Regresi yang baik normalnya tidakterjadi suatu korelasi yan g mendekati sempurna atau sempurna antara variabel bebas.

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ada model regresi dite mukan adanya korelasi antara variabel b ebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalahvariabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Sebagai dasar acuannya dapat disimpulkan:

Produk dan Orientasi Kewirausaha an,artinya bahwa diantara variabel Inova si Produk dan Orientasi Kewirausahaan t idak terdapat korelasi yang cukup kuat a ntara sesama variabel bebas dan data

layak digunakan untuk analisis regresi berganda.

Menurut Gujarati (2003) Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesam variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besaryang mengakibatkan standar errornya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikoliniearitas adalah dengan menggunakan Variance Inflation Factors (VIF).

.

**Uji Heteroskedastisitas**

Hasil korelasi yang diperoleh bahwa antara variabel Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan

Terhadap Keunggulan Bersaing hasilnya menyebar dan tidak membentuk pola tertentu.

Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, artinya variabel pengganggu e (error) memiliki varian yang sama sepanjang observasi dari berbagai nilai dari variabel bebas, hal ini berarti data pada setiap variabel bebas memiliki rentangan yang sama, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian.

Menurut Imam Ghozali (2005: 105) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk m enguji apakah dalam model regresi terjad i ketidaksamaan variance dari residual sa tu pengamatan ke pengamatan lain, jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas

**Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linier berganda dig unakan untuk membuat estimasi koefisien koefisien persamaan linier,mencakup satu atau dua variabel bebas yang dapat dig unakan secara tepat untuk memprediksi nilai variabel terikat, dalam hal ini variabel Inovasi Produk (X1) dan Orientasi Kewirausahaan (X2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y). persamaan linier berganda yang akan dibentuk adalah:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

**Hasil Estimasi Persamaan Regresi**

Berdasarkan Hasil perhitungan Pada regresi yang telah diol ah diatas, maka diperoleh persamaan re gresi linier sebagai berikut:

$$Y = 2{,}543 + 0{,}848X_1 + 0{,}670X_2$$

Dari hasil estimasi regresi berganda diatas , diketahui nilai Constant (ά) yang di peroleh adalah 2,543 artinya jika Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan bernilai 0maka Keunggula n Bersaing akan tetap bernilai 2,543.

Koefisien yang terdapat pada persa maan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

$b_0$= 2,543 Artinya jika kedua variabel bebas yaitu Inovasi Produk (X1) dan Orientasi Kewirausahaan (X2) bernilai konstan (nol) maka Keunggulan Bersaing (Y) akan bernilai sebesar 2,543 satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan tidak adanya variabel independen dan variabel dependen akan bernilai negatif, maka variabe inovasi produk (X1) dan Orientasi Kewirausahaan (X2) sangat berpengaruh terhadap berubahnya variabel keberhasilan usaha (Y).

$b_1$= 0,848 Artinya jika Inovasi Produk (X1) meningkat sebesar satu satuan dan variabel Orientasi Kewirausahaan (X2) konstan, maka Keunggulan Bersaing (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,848.

$b_2$= 0,670 Artinya jika Orientasi Kewirausahaan (X2) meningkat sebesar satu satuan dan variab el Inovasi Produk (X1) konstan, maka Keunggulan Bersaing (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,67 0.

**Analisis korelasi**

Dari analisis dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (R) adalah ebesar 0,809 maka, hal tersebut menunjukkan kekuatan hubungan kedua variabel independen Inovasi Produk (X1) dan Orientasi Kewirausahaan (X2) secara simultan dengan Keunggulan Bersaing (Y) dikarenakan koefisien korelasi ada pada interval korelasi antara 0,80-1,000.

Hal ini menunjukan bahwa dengan adanya Inovasi Produk (X1) dan Orientasi Kewirausahaan (X2) pada pelaku usaha mampu memberikan pengaruh yang sangat kuat bagi Keunggulan Bersaing (Y). Hal ini

disebabkandengan adanya inovasi produk maka akan memberikan nilai tambah bag i produk yang ditawarkan sehingga mampu menarik konsumen untuk menggunakan atu mengkonsumsi produk yang ditawarkan selai itu dengan adanya orientasi kewirausahaan pelaku bisnis dituntut untuk mengamil kebijakan-keijakan yang mampu memajukan usahanya dan dapat menambah nilai keunggulan ersaing pada produk dan kegiatan isnisnya. Menurut Suryana (2006:26). Hal ini menunjukan pelaku usaha kain batik khas Majalengka menentukan keberhasilan usaha dipengaruhi oleh keinginan yang kuat untuk berdiri sendiri, memiliki kemampuan untuk mengambil risiko, memiliki semangat untuk bersaing, memiliki rasa kepercayaan diri, memiliki dorongan untuk berprestasi, yakin dan mempunyai dorongan (motivasi) yang kuat.

**Koefisien Korelasi Parsial**

Pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variable X dan Y,
dapat menggunakan pendekatan korelasi.
Hubungan Inovasi Produk dengan Keungg ulan Bersaing

Hubungan antara Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing adalah sebes ar 0,785 termasuk dalam hubungan yang kuat karena pada rentang interval antara 0,60-0,799. Adanya hubungan yang kuat antara inovasi produk dengan keunggulan bersaing karena dengan adanya inovasi yang menarik dan unggul pada produknya maka sehingga produk yang ditawarkan akan mempunyai nilai tamah dan keunikan bila dibandingkan dengan produk lainnyaHubungan antara Orientasi Kewiraus ahaan dengan Keunggulan Bersaing

Hubungan antara Orientasi Kewirausah aan dengan Keunggulan Bersaing adalah s ebesar 0,725 termasuk dalam hubungan ya ng kuat karena pada rentang interval antara 0,60- 0,799.

Nilai korelasi bertanda positif yang menunj ukan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah yang artinya Keun ggulan Bersaing akan semakin baik ketika Orientasi Kewirausahaannya semakin baik.

**Analisis Koefisien Determinas**

Koefisien determinasi merupakan sua tu nilai yang menyatakan besar pengaruh se cara secara simultan variabel independen te rhadap variabel dependen.

Pada permasalahan yang sedang diteliti yai tu pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi K ewirausahaan secara simultan dalam memb erikan kontribusi pengaruh terhadap variabe l dependen (keunggulan Bersaing).

Dengan menggunakan SPSS,
diperoleh *output* sebagai berikut:

**Koefisien Determinasi Simultan**

Berdasarkan tabel,
diperoleh informasi bahwa R-*square* sebesar 0,654 atau 65,4%.Nilai ters ebut menunjukan bahwa Inovasi Produk da n Orientasi Kewirausahaan secara simultan dalam memberikan pengaruh terhadap vari abel Keunggulan Bersaing sebesar 65,4%. Sedangkan sisanya sebesar 100%-65,4% = 34,6% lainnya merupakan pengaruh dari va riabel lain yang tidak diteliti dalam penelitia n ini seperti faktor motivasi. Meurut Baron (2007) dalam Agus dan Eka (2017:2013) menjelaskan bahwa motifasi dalam kewira usahaan meliputi motivasi yang di arahkan untuk mencapai tujuan kewirausahaan,sepe rti tujuan yang melibatkan pengenalan dan eksploitasi terhadap peluang bisnis.

Motifasi untuk mengemangkan usaha baru di perlukan bukan hanya oleh rasa percay a diri dalam hal kemampuannya untuk berh asil,namun juga oleh kemampuannya dala m mengakses informasi mengenai peluan kewirausahaan.

Sedangkan untuk melihat bersar pengaruh dari masingmasing variabel beba s terhadap variabel erikat, dilakukan perhitu ngan dengan menggunakan formula *Beta x Zero Order*. Beta adalah koefisien regresi yang telah distandarkan, sedangkan *zero order* merupakan korelasi parsial dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dengan menggunakan SPSS diperoleh nil ai *beta* dan *zero order* ebagai berikut:

**Koeisien Determinasi Parsial**

Dapat dilakukan perhitungan untuk memperoleh pengaruh parsial dari setiap v ariabe bebas sebagai berikut:

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Pengaruh x1 terhadap Y | = | 0,555 | x0,78 | 5 | =0,43 | 5 | ata 43,5 u % |
| Pengaruh x2 terhadap Y | = | 0,301 | x0,72 | 5 | =0,21 | 9 | ata 21,9 u % |

Berdasarkan perhitungan persentase secara parsial di atas, maka dapat diketahui bahwa Inovasi Produk (X1) memerikan pengaruh sebesar 43,6 atau 43,6% terhadap Keunggulan Bersaing (Y) sedangkan Variabel Orientasi Kewirausahaan memberikan pengaruh positif sebesar 0,219 atau 21,9% terhadap Keunggulan Bersaing (Y).

**PENGUJIAN HIPOTESIS**

**UJI HIPOTESIS SIMULTAN (UJI F)**

**Pengujian Secara Simultan (Uji F)**

Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis untuk membuktikan apakah Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing dengan rumusan hipotesis statistik sebagai berikut.

| | |
|---|---|
| H0 ; βi, ß2 = 0 | Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. |
| H1 ; ß1, ß2, ≠ 0 | Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. |

**Uji Hipotesi Simultan (Uji F)**

Untuk memperjelas uji hipotesis ersebut dapat digambarkan dalam kurva daerah penolakan dan penerimaan Ho pada uji simulta sebagai berikut :

**PENGUJIAN HIPOTESIS PARSIAL (Uji T)**

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah setiap variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu ariable Keunggulan Bersaing.

**Uji Hipotesis Parsial (Uji t)**

Adapun hipotesis statistik secara parsial yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

| | |
|---|---|
| Ho : $\beta_1 = 0$, | Inovasi Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing . |
| Ha : $\beta_1 \neq 0$, | Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. |

kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing .Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan tinggi akan dapat meningkatkan keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan tersebut dan begitu pula sebaliknya bila perusahaan memiliki orientasi kewirausahaan yang rendah tentu akan mempersulit meningkatkan keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan,karena dengan memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi akan mampu membuat keputusan strategi bersaing untuk perusahaan sehingga memiliki keunggulan bersaing.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan pembahasan data yang telah ada dari hasil penelitian mengenai Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing pada pengusaha kain batik khas Majalengka dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut:

1. Tanggapan para pelaku usaha mengenai inovasi produk yang memiliki tiga indicator yaitu perluasan produk, peniruan produk, dan produk baru. termasuk dalam kategori baik,sedangkan yang terdapat pada indikator perluasan produk termasuk dalam kategori cukup.
2. Tanggapan pelaku usaha mengenai orientasi kewirausahaan yang memiliki dua indicator yaitu proaktif dan pengambilan resiko. Termasuk dalam kategori cukup.
3. Tanggapan pelaku usaha mengenai keunggulan bersaing yang memiliki tiga indicator yaitu keunikan produk, kualitas

produk dan harga bersaing.termasuk dalam kategori cukup.

4. Secara simultan,Pengaruh inovasi produ k dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing secara simultan per pengaruh pada kain batik khas majaleng ka di Kabupaten majalengka.

**Saran**

Saran yang dapat dijadikan masukan dan kritik dari penulis pada pelaku usaha kain batik khas majalengka:

1. Tanggapan yang selanjutnya yaitu untuk para pengusaha kain batik khas Majalengka tentang Inovasi Produk dinilai sangat cukup baik .Namun disamping hal tersebut terdapat kelemahan pada Produk baru , artinya pembaharuan akan produk baru yang sangat penting untuk setiap pengusaha dalam menciptakan suatu nilai untuk bersaing.
2. Tanggapan untuk para pengusaha kain batik khas Majalengka mengenai orientasi kewirausahaan 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 trend-trend yang sedang berlaku untuk meningkatkan persaingan yang ketat terhadap sesama pesaing lainnya.
3. Tingkat Keunggulan Bersang pada pengusaha kain batik khas Majalengka 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 waktu . akan hal ini para pengusaha harus mengetahui pentingnya manajemen waktu , mengatur waktu dengan cara baik bagaimana cara memproses pesanan sesuai dengan target waktu yang telah di sepakati , serta bagaimana cepatnya pengiriman produk kepada konsumen. Sehingga waktu juga bisa menjadi acuan untuk mencapai kepuasan pada konsumen.
4. Pengaruh antar variabel Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing bisa dibilang sangat cukup baik . Dalam hal ini para pengusaha harus bisa melihat suatu peluang untuk mencapai keberhasilan serta dapat mengambil keputusan yang tepat dem i terciptanya nilai yang berlaku untuk konsumen serta dapat mengetahui informasi dari pesaing tentang apa yang menjadi landasan kebutuhan para konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA


Barney, Jay. (1991). "*Firm Resource and Sustained Competitive Advantage*", Journal of Manajement 17: 99-120.

Cynthia Vanessa Djodjobo dan Hendra N. Tawas. 2014. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuni ng di Kota Manado*. Jurnal EMBA, Vol.2 No.3, September. Hal. 1214-1224 ISSN 2303-1174

Cooper, J.R. (1998). "*A Multidimensional Approach to The Adoption of Innovation"*. Management Decision, 36, 8: 493-502

Dinas Pementrian Perindustrian dan Perdagangan Jawa Barat,(2012) *Impor Batik Indonesia*

Lumpkin, G.T. and Dess, G.G(2001) . Linking Two Dimensions of EO to Firm Performance: The Moderating Role of Environment and Industry Life Cycle. *Journal Business Venturing.* 16 (5), 429-451.Mahmood, R. and Hanafi, N. (2013). Entrepreneurial

Lumpkin, G.T., and Dess, G.G. 1996 Clarifying the Entreprenuerial Orientat ion Construct and Linking it to Perform ance, *Academy of management Review*, Vol.21 No.1 135-172

Lukas, Bryan A., and O.C. Ferrel., 2000. "*The Effect of Market Orientation on Product Inovation*". Journal of The

Academy Marketing Science. No. 2 Vol. 28 p. 239-247.

Nasution,M.N,2005,Total Quality Manajemen, Jakarta, PT.Gramedia Pustaka Utama

Prakosa,B 2005. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Industri Manufaktur di Semarang), Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi, Vol.2, No.1.

Porter, M.E.2004.The Competitive Advantages of Nations,Harvard Business Review.

http://core.kmi. open.ac.uk/download/pdf/11715143.pdf. Diakses 14 Mei 2014. Hal.35-57.

Singgih Santoso. 2002. *SPSS Versi 11.5* Cetakan Kedua Jakarta: Gramedia

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

Sugiyono . 2008. *Metode Penelitian Bisnis* ISBN 978-979-8433-24-5. Bandung: CV.Alabeta.

Sugiyono. 2011. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

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

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

Sugiyono , *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan r&b*, Alfabeta,Bandung,2014.