PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DI SENTRA SUSU CIPAGERAN CIMAHI

Jupridon Rahmad[1] Raeni Dwi Santy[2]

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Komputer Indonesia, Bandung, Indonesia
jalan Dipatiukur No. 112-116, Kota Bandung, Jawa Barat 40132
jupridon95@gmail.com[1] raeny.wijaya@gmail.com[2]

Abstract:

The purpose of this research to see how the influence of orientation market , orientation entrepreneurship and excellence compete through the sentra milk cipageran cimahi. The use writers the method of analysis that used is descriptive analysis and verifikatif with the quantitative approach . Instrument test used is regression analysis multiple .To technique the sample collection saturated or census , in which all population was used as a sample with 30 business players .

The hypothesis use test f as a test of partial and the t as a test of partial .As for the use writers the questionnaire and interview on excellence compete through orientation market and orientation entrepreneurship as a means of a data with respondents business owners.

The results of the study descriptive which showed that the influence of orientation market and orientation entrepreneurship to excellence compete be in the good enough.Next research showed that orientation verifikatif market and orientation entrepreneurship significant to excellence compete good simultaneously and partial.Variable orientation entrepreneurship is the variable that most dominant impact on competitive advantages.

Keywords: Market Orientation, Orientation Entrepreneurship , Competitive Advantage

PENDAHULUAN

Di Indonesia saat ini perkembangan dan persaingan dunia bisnis semakin pesat, maka dari itu setiap perusahaan diharuskan untuk selalu mengetahui, memahami dan dapat memenuhi kebutuhan konsumenyang selalu berubah. Persaingan usaha yang semakin ketat juga mengharuskan para pelaku usaha mempunyai strategi yang tepat untuk menarik konsumen agar membeli produk mereka. Dengan demikian, baik perusahaan besar maupun Usaha Miko, Kecil dan Menengah (UMKM) akan dapat bersaing dengan pasar lama maupun dengan pasar baru. UMKM merupakan unit usaha kecil yang mampunyai peran penting yaitu sebagai pemberantas kemiskinan dan mengurangi pengangguran yang ada di indonesia.

Pertumbuhan UMKM terjadi di berbagai Provinsi di Indonesia tidak terkecuali pada Provinsi Jawa Barat. Sebagai salah satu Provinsi di Indonesia yang di kenal dengan wisatanya, Jawa Barat juga dikenal sebagai Provinsi penghasil Industri kreatif, Kota Cimahi salah satu contohnya. Saat ini di Cimahi tidak sedikit pebisnis yang menggunakan bahan baku dari susu. Salah satunya Sentra Susu Cipageran Cimahi, Sentra susu Cipageran Cimahi ini mengalami perkembangan yang cukup baik dalam hal usaha produksi susu, namun pada perkembangan yang terjadi saat ini, Sentra Susu Cipageran menghadapi beberapa kendala seiring dengan bermunculannya para pengusaha di bidang susu murni dan perusahaan yang memproduksi produk yang sejenis sehingga mempengaruhi penjualan produk di Sentra Susu Cipageran Cimahi. Dengan semakin banyaknya pelaku usaha yang menggunkan

susu sebagai bahan baku produknya, maka para pelaku usaha harus memiliki keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing dirasa sangat penting karena apabila sebuah perusahaan sudah memiliki keunggulan bersaing maka perusahaan tersebut akan mudah untuk mencapai tujuan dari perusahaannya.

Sesuatu yang harus diperhatikan oleh perusahaan dengan meningkatnya persaingandan perubahan dalam kebutuhan pelanggan dimana perusahaan menyadari bahw mereka harus selalu dekat dengan pasarnya, maka Orientasi pasar harus diterapkan dan dijadikan budaya organisasi untuk terus berkreasi dalam menciptakan nilai unggul bagi pelanggan dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dan juga para pelaku usaha dituntut untuk memiliki orientasi kewirausahaan yang baik dalam bentuk sikap pengusaha yang inovatif, proaktif dan berani mengambil resiko agar dapat memenangkan persaingan dalam tujuan perusahaan.

Apabila pelaku usaha sudah menerapkan kedua orientasi tersebut maka akan sangat memudahkan para pelaku usaha untuk dapat memiliki keunggulan bersaing yang akan berdampak baik bagi perusahaannya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan responden tentang orientasi pasar pada sentra susu cipageran cimahi
2. Bagaimana tanggapan responden tentag orientasi kewirausahaan pada sentra susu cipageran cimahi
3. Bagaimana tanggapan responden tentag keunggulan bersaing pada sentra susu cipageran cimahi
4. Seberapa besar pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing baik secara parsial maupun secara simultan pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.

Maksud dan Tujuan Penelitian
Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing di Sentra Susu Cipageran Cimahi dan membandingkannya dengan teori-teori dan pendapatan para ahli yang tersedia

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang orientasi pasar pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang orientasi kewirausahaan pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang keunggulan bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing baik secara parsial maupun secara simultan pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.

Kegunaan Penelitian
Kegunaan Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikat manfaat yang sangat besar bagi pihak-pihak yang membutuhkan, diantaranya :

1. Bagi Sentra Susu Cipageran Cimahi
   Sebagai bahan masukan atau sumbangan informasi bagi pengelola perusahaan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing, guna untuk kemajuan perusahaan.

Kegunaan Akademis

1. Bagi Peneliti
   Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulisan mengenai orientasi pasar, orientasi kewirasuhaan, dan keunggulan bersaing melalui penerapan ilmu dan teori penelitian ini.
2. Bagi Peneliti Lain
   Untuk peneliti lain diharapkan berguna sebagai bahan masukan dan penelitian berikutnya dan dapat menambah wawasan yang dapat menambah pengetahuan tentang orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing

KAJIAN PUSTAKA

Orientasi Pasar

Menurut Uncles (2000) dalam Renita Helia *et al.,* (2015:3) "Orientasi pasar adalah suatu proses dan aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan dan pemuasan pelanggan dengan cara terus menilaikebutuhan dan keinginan pelanggan".

Sedangkan menurut Never dan Slater (1990) dalam mega usvita (2014:32) meyatakan bahwa "orientasi pasar merupakan budaya organisasi yang paling efektif dan efisien untuk menciptakan *superior performa*nce bagi perusahaan".

Menurut Narver dan Slater (1990) dalam Heri Setiawan (2012:12) ada 3 indikator utama orientasi pasar yaitu : orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi antar fungsi.

1. Orientasi Pelanggan

2. Orientasi Pesaing

3. Koordinasi antar fungsi

Orientasi Kewirausahaan

Menurut Porter (2007) dalam Mega Usvita (2015:31) mendefinisikan "orientasi kewirausahaan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam market place yang sama".

Knight (2000:14) dalam Cynthia V. Djodjobo dan Hendra N. Tawas (2014:1214-1224) "Orientasi kewirausahaan memiliki keterkaitan dengan pencarian peluang, keberanian mengambil resiko serta keputusan bertindak para pemimpin organisasi".

"Orientasi kewirausahaan merupakan sistem nilai perusahaan yang nantinya menentukan arah gerak atau strategi perusahaan. Orientasi kewirausahaan terbagi dalam lima dimensi" Lumpkin dan Dess, (1996:140-149) dalam Cynthia V. Djodjobo (2014:1214-1224):

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

Keuggulan Bersaing

Menurut Markland, Droge dan Vickery, (1995) dalam Renita Helia *et al* (2015:5). "Keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai unggul dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimilikinya".

Ahli lain berpendapat bahwa "Keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai unggul dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimilikinya". Markland, Droge dan Vickery, (1995) dalam Renita Helia *et al* (2015:5).

Menurut Heri Setiawan (2012:14**)** ada beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing yaitu :

1. Keunikan Produk

   Keunikan produk adalah keunikan produkperusahaan yang memadukan nilai seni dengan selera pelanggan.

2. Kualitas Produk

   Kualitas produk adalah kualitas desain dari produk perusahaan

3. Harga bersaing

   Harga bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga produknya dengan harga umum dipasaran.

Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2002:39) menjelaskan bahwa “Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empiris”.

Sub Hipotesis :

H1: Orientasi Pasar berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Sentra susu Cipageran Cimahi

H2: Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Sentra susu Cipageran Cimahi

Hipotesis Utama :

Terdapat pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.

Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:38) pengertian objek penelitian adalah “Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Berdasarkan Pengertian diatas maka dalam penelitian ini objek yang akan di kaji adalah Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi. dengan uraian variabel sebagai berikut :

1. Variabel Independent atau variabel Bebas (Variabel X1 dan X2), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya variabel dependent (variabel tidak bebas). Variabel Independent dalam penelitian ini adalah Orientasi Pasar 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 Sentra Susu Cipageran Cimahi.

Metode Penelitian

Metode penelitian menurut Sugiyono (2009:4) adalah “Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah”.

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui pengaruh atau hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Teknik Penentuan Data

Untuk menunjang hasil penelitian, maka penelitian melakukan pengelompokan data yang diperlukan kedalam dua golongan, yaitu:

Populasi

Pengertian Menurut Sugiyono (2009 ;115), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau

subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

Populasi pada penelitian ini adalah 30 pelaku usaha pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.

Sampel

"Sampel adalah bagian dari populasi yang akan dijadikan objek dalam melakukan penelitian dan pengujian data. Metode yang digunakan dalam penarikan sampel ini adalah sampling jenuh atau sensus". Pengertian dari sampling jenuh atau sensus menurut Sugiyono (2008:122), adalah:

"Sampling jenuh atau sensus adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel."

Dalam penelitian ini karena jumlah populasinya sedikit (terbatas) sehingga tidak memungkinkan untuk menggunakan sampe l, sehingga peneliti mengambil jumlah sampel sama dengan jumlah populasi atau disebut dengan sensus yaitu seluruh pengusaha di Sentra Susu Cipageran Cimahi yaitu sebanyak 30 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Lapangan (*Field Research*), yang dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan sekunder (data yang diambil langsung dari Sentra Susu Cipageran Cimahi).

1. Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :

   a. Observasi
   b. Wawancara
   c. Kuesioner

2. Data Sekunder Didapatkan melaluiteknik-teknik sebagai berikut :

   a. Dokumentasi
   b. Studi Literatur

HASIL PENGUJIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Analisi Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std . Error	Beta		
1	(Constant)	-,241	1,392		-,173	,864
	Orientasi Pasar	,249	,121	,293	2,064	,049
	Orientasi Kewirausahaan	,383	,093	,586	4,120	,000

Berdasarkan output di atas,diperoleh nilai (a) konstanta sebesar -0.241 sementara untuk bX_1 sebesar 0.249 dan bX_2 sebesar 0.383.

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut. Masaing-masing variabel

$$Y= -0.241 + 0.249X_1 + 0.383X_2 \varepsilon$$

dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

Persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut:

α = -0,241 artinya jika variabel Orientasi pasar (X_1) dan Orientasi kewirausahaan (X_2) bernilai 0, maka variabel Keunggulan bersaing (Y) akan tetap bernilai -0.241. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan tidak adanya variabel independen variabel dependen akan bernilai negatif, maka variabel Orientasi pasar (X_1) dan Orientasi kewirausahaan (X_2) sangat berpengaruh terhadap berubahnya variabel Keunggulan bersaing (Y).

b_1= 0.249 artinya untuk setiap pertambahan Orientasi pasar (X_1) sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Keunggulan bersaing (Y) sebesar 0.249.

b_2=0.383 artinya untuk setiap pertambahan orientasi kewirausahaan (X_2) sebesar satu satuan maka akan

meningkatkan Keunggulan bersaing (Y) sebesar 0.383.

Tabel 2. Analisis Koefisien Korelasi Simultan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.786[a]	,617	,589	1,42559

a. Predictors: (Constant), Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar
b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil output dari pengolahan data menggunakan program SPSS 17 *for windows* diatas didapatkan hasil korelasi sebesar 0.786 berdasarkan kriteria (0.68 – 0.84), korelasi Orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan dengan Keunggulan bersaing memiliki tingkat korelasi tinggi. Nilai korelasi tersebut bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah.

Tabel 3. Analisis Koefisien Korelasi Parsial

Correlations

		Keunggulan Bersaing
Orientasi Pasar	Pearson Correlation	.614**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
Orientasi Kewirausahaan	Pearson Correlation	.746**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30

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

1) Berdasarkan hasil output dari pengolahan data menggunakan program SPSS 17 *for windows* diatas didapatkan hasil korelasi sebesar 0.614 berdasarkan kriteria (0.61 – 0.80), korelasi Orientasi pasar dengan Keunggulan bersaing memiliki tingkat korelasi cukup tinggi. Nilai korelasi tersebut bertanda positif yang menunjuk kan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah.
2) Berdasarkan hasil output daripengolahan data menggunakan program SPSS 17*for windows* diatas didapatkan hasil korelasi sebesar 0.746 berdasarkan kriteria korelasi (0.61 – 0.80) Orientasi kewirausahaan dengan Keunggulan bersaing memiliki tingkat korelasi cukup tinggi. Nilai korelasi tersebut bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah.

Tabel 4. Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.786[a]	,617	,589	1,42559

a. Predictors: (Constant), Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar
b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Hasil koefisien determinasi sebesar 0.617 atau 61.7% hasil tersebut merupakan besarnya konstribusi dari Orientasi pasar dan Orientasi kewirausahaan terhadap Keunggulan bersaing sedangkan sisanya sebesar 39.3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini contohnya adalah kompetensi kewirausahaan, inovasi dan lain sebagainya.

Tabel 5. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

	Beta	Zero-order	KD Parsial
X1	,293	,614	,180
X2	,586	,746	,437

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

1. Orientasi pasar (X1) 0.180 atau18.0%
2. Orientasi kewirausahaan (X2) 0.437 atau43.7%

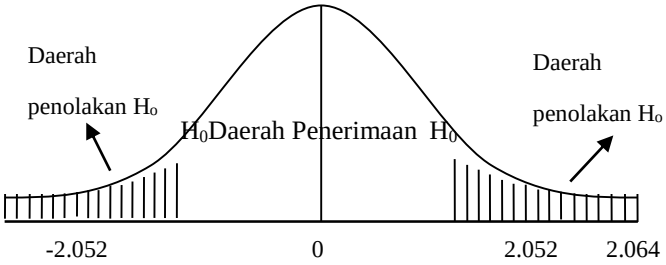
Dari hasil perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan terhadap keunggulan bersaing adalah orientasi kewirausahaan sebesar 43.7% sementara yang paling terkecil adalah orientasi pasar sebesar 18.0% dengan jumlah keseluruhan adalah 61.7 %

HIPOTESIS

Tabel 6. Pengujian Hipotesis Parsial (X_1)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,241	1,392		-,173	,864
	Orientasi Pasar	,249	,121	,293	2,064	,049
	Orientasi Kewirausahaan	,383	,093	,586	4,120	,000

Dari output tabel 4.32. diatas didapatkan nilai t_{hitung} untuk variabel Orientasi pasar (X_1) sebesar 2.064, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi T didapat nilai t_{tabel} untuk df = (α ; n-k-1) = 0.05/2 ; 30 – 2 – 1 = (0.05 ; 27) yaitu 2.052, dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2.064>2.052) dan sig (0.000< 0.05) maka H_0 ditolak an H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Orientasi pasar terhadap Keunggulan bersaing di Sentra Susu Cipageran Cimahi. Jika disajikan dalam kurva Uji-t maka dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



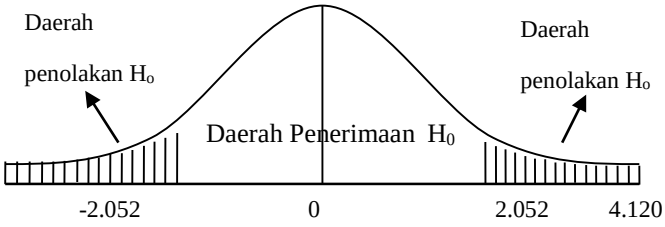
Gambar 1. Daerah penerimaan X_1

Berdasarkan gambar 4.6. diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 2.064 berada pada daerah penolakan Ho yang menunjukkan bahwa. Orientasi pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing di Sentra Susu Cipageran Cimahi. Dari pernyataan di atas dapat di interpretasikan bahwa ketika Sentra susu cipageran Cimahi mampu menerapkan orientasi pasar maka akan menciptakan Keunggulan bersaing.

Tabel 7. Pengujian Hipotesis Parsial (X_2)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,241	1,392		-,173	,864
	Orientasi Pasar	,249	,121	,293	2,064	,049
	Orientasi Kewirausahaan	,383	,093	,586	4,120	,000

Dari output tabel diatas didapatkan nilai t_{hitung} untuk variabel Orientasi kewirausahaan (X_2) sebesar 4,120, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi T didapat nilai t_{tabel} untuk df = (α ; n-k-1) = 0,05 ; 30 – 2 – 1 = (0,05 ; 27) yaitu 2.052, dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4,120>2.052) dan sig (0.001< 0.05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaru yang signifikan antara Orientasi kewirausahaan terhadap Keunggulan bersaing di Sentra Susu Cipageran Cimahi. Jika disajikan dalam kurva Uji-t maka dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 2. Daerah penerimaan X_2

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 4.120 berada pada daerah penolakan Ho yang menunjukkan bahwa Orientasi kewirausaha an memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keunggulan bersaing di Sentra Susu Cipageran Cimahi. Dari pernyataan di atas dapat di interpretasikan bahwa ketika Sentra susu cipageran Cimahi mampu menerapkan orientasi Kewirausahaan maka akan menciptakan Keunggulan bersaing.

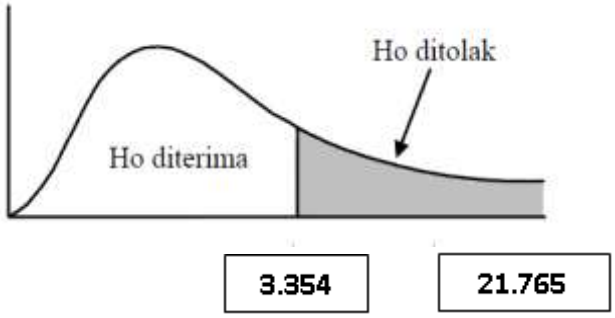
Tabel 8. Pengujian Hipotesis Simultan

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88,465	2	44,232	21,765	.000[b]
	Residual	54,872	27	2,032		
	Total	143,337	29			

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Dari output tabel diatas didapatkan nilai f_{hitung} sebesar 21.765, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi F didapat nilai f_{tabel} untuk df1 = k - 1 = 3 – 1 = 2 dan untuk df2 = n – k = 30 – 3 = 27 sehingga didapat f_{tabel} (2 ; 27) sebesar 3.39 dikarenakan $f_{hitung} > f_{tabel}$ (21.765>3.39) dan sig (0.000 <0.05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara Orientasi pasar dan Orientasi kewirausahaan terhadap Keunggulan bersaing di Sentra Susu Cipageran Cimahi.



Gambar 3. Daerah penerimaan Simultan

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 21.765 berada pada daerah penolakan Ho yang menunjukkan bahwa Orientasi pasar dan Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keunggulan bersaing di Sentra Susu Cipageran Cimahi. Dari pernyataan di atas dapat di interpretasikan bahwa ketika Sentra susu cipageran Cimahi mampu menerapkan orientasi pasar dan Orientasi Kewirausahaan maka akan menciptakan Keunggulan bersaing.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

a. Dari hasil penelitian secara parsial untuk menguji pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Susu Cipageran Cimahi diperoleh hasil terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Keunggulan Bersaing dengan arah hubungan positif, maka semakin baik Orientasi Pasar maka Keunggulan Bersaingnya pun akan semakin meningkat.
b. Dari hasil penelitian secara parsial untuk menguji pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Susu Cipageran Cimahi diperoleh hasil terdapat pengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing dengan arah hubungan positif, semakin baik Orientasi Kewirausahaan maka Keunggulan Bersaing akan semakin meningkat.
c. Dari hasil penelitian secara simultan Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

Saran

a. Penerapan orientasi pasar masih berjalan cukup baik di Sentra Susu Cipageran Cimahi, namun adapun hal yang disarankan adalah diharapkan pengusaha bisa lebih memahami keinginan pasar untuk lebih mampu mengetahui apa yang dibutuhkannya baik itu dengan membuat produk untuk menarik minta beli konsumen.
b. Orientasi kewirausahaan Sentra Susu Cipageran Cimahi masih berjalan cukup baik. Oleh karena itu peneliti menyarankan kepada pelaku usaha untuk lebih inovatif dalam menciptakan produk baik itu dari segi kemasan ataupun rasa. Dan melakukan keberanian dalam memanfaatkan peluang yang ada untuk mengembangkan usaha ini
c. Keunggulan bersaing Sentra Susu Cipageran Cimahi Bandung masih berjalan cukup baik. Namun terdapat hal yang diharapkan setiap pelaku usaha adalah dengan tetap menjaga kualitas masing – masing pelaku usaha ini untuk menciptakan suatu

kepercayaan konsumen yang menjadi jauh lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Agus Purwanto, Erwan dan Dyah Ratih Sulistyastuti . 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial.* Yogyakarta: Gava Media.

Andi Supangat. 2010. *Statistik Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi,dan Nonparametrik*. Jakarta : Kencana Prenada MediaGroup

Astrid Puspaningrum, *The Effect of Market Orientation and Innovation on Comvetitive Advantages.* Research Journal of Business and Management – (RJBM) Year: 2017 Volume: 4 Issue: 4. Halaman 549-558 ISSN: 2148-6689.

Badan Pusat Statistik."Jumlah Perusahaan Industri Mikro dan Kecil Menurut 2-digit KBLI, 2010-2015" https://www.bps.go.id/dynamictable/2015/11/24/1011/jumlah-perusahaan-industri-mikro-dan-kecil-menurut-2-digit-kbli-2010-2015.html

Barker et al. 2002. *Research Methods in Clinical Psychology, An Introduction for Student and Practitioners.* John Wiley & Sons, Ltd.

Cynthia Vanessa Djodjobo dan Hendra N. Tawas. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan , Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing Terhadap kinerja pemasaran Usaha nasi kuning kota Manado.* Jurnal EMBA September 2014 Vol 2 No 3 Hal. 1214-1224 ISSN 2303-1174

Eddy Soeryanto Soegoto 2014. *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung,* Kompas Gramedia. Edisi Revisi ke-2

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

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

Gujarati Damodar. 2003. *Ekonomimetrika Dasar*. Jakarta: Erlangga.

Heri Setiawan. *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi dan Inovasi Produk Terhadap Keungglan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil Di Kota Palembang.* Jurnal Orasi Bisnis Edisi ke-VIII, November 2012. Hal. 12-19 ISSN: 2085-1375

Husein Umar. 2008. *Metode Penelitian untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis.* Jakarta: Raja Grafindo Persada, Sekuensial, Surabaya.

Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Edisi Kedua. Jakarta :PT. Raja Grafindo Persada

Indah Merakati, Rusdarti dan Wahyono, *Pengaruh Orientasi Pasar,Inovasi, Orientansi Kewirausahaan melalui Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran pada UKM Sentral batik Trusmi di Kabupaten Cirebon.* Journal of Economic Education JEE 6 (2) (2017) 114 - 123 p-ISSN 2301-7341 e-ISSN 2502-4485

Ibnu Subiyanto, 2000 .*Metodologi Penelitian (Akuntansi)*. Edisi ke-2. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.2000.

Jonathan, Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.* Yogyakarta :Graha Ilmu

Kotler, Philip & Keller K.L.2009. *Manajemen Pemasaran, thirteenth edition*. Jilid 1, PT. Erlangga, Jakarta

Mamang Sangadji, Etta dan Sopiah, 2010. *Metodologi Penelitian*, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Mega Usvita,*Pengaruh Orientasi Kewiraus ahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan MelaluiKeunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening (Survey Pada UKM Pangan Dinas PERINDAG Tamben Kota Padang)* e-

Jurnal Apresiasi Ekonomi Volume 3, Nomor 1, Januari 2015:31-37 ISSN : 2337-3997

Renita Helia, Naili Farida dan Bulan Prabawani. *Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Antara (Studi Kasus pada IKM Batik di Kampung Batik Laweyan, Solo).* Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science Tahun 2015, Hal. 1-11 http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/

Sehani. 2010. *"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan perempuan Memilih Berwirausaha"*. (Studi Kasus Pada Penjahit Pakaian di Kecamatan ampan -Pekanbaru). Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau

Siska Amelie F Deil. "Berapa Usia Ideal Untuk Mulai Berbisnis".(https://www.liputan6.com/bisnis/read/739376/berapa-usia-ideal-untuk-mulai-berbisnis, diakses pada tanggal 3 juni 2018)

Sugiyono. 2002. *Metode Analisis Administrasi*. Alfabeta Bandung,1-64

Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono 2007. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono 2008. *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung : Alfabeta.

Sugiyono 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif. Kualitatif dan R&D).* Bandung : Alfabeta.

Sugiyono 2011. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.

Sugiyono 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syahri Alhusin, 2003. *Aplikasi Statistik Praktis dengan SPSS.10 Windows*. Edisi kedua, Graha Ilmu, Yogyakarta

Umi Narimawati, 2008, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Teori dan Aplikasi. UNIKOM

Umi Narimawati, 2010. *Penulisan Karya Ilmiah*. Bekasi : Genesis

V. Kumar, Eli Jones, Rajkumar Venkatesan, & Robert P. Leone. *Is Market Orientation a Source of Sustainable Competitive Advantage or Simply the Cost of Competing?*. Journal of Marketing Vol. 75 (January 2011) , Hal. 16-30 ISSN: 0022-2429

Wirawan. (2009). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia Teori Aplikasi dan Penelitian*. Jakarta. Penerbit: Salemba Empat.

Yoon-joo Ma, Min-jae Kim, Jun-seok Heo and Lee-joo Jang, *The Effects Entrepreneurship and Market Orientati on on Social Performance of Social Enterprise.* International Conference on Economics Marketing and Management IPEDR Vol.28 (2012) Hal. 60-65 IACSIT Press, Singapore.