

**PENGARUH JIWA KEWIRAUSAHAAN DAN DIFERENSIASI PRODUK
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING SENTRA TAS LEUWISARI BANDUNG**

*The Impact Of Entrepreneurial Spirit And Product Differentiation
To Competitive Advantage In Leuwisari Bag Center Bandung*

Indra Septian^[1], Trustorini Handayani^[2]

**Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Komputer Indonesia
Jl. Dipatiukur 112-114, Bandung**

E-mail : ndramuser@gmail.com⁽¹⁾, ni_rakidhi@yahoo.com⁽²⁾

ABSTRACT

This study with the aim to know how the influence of entrepreneurial spirit and product differentiation to competitive advantage in Leuwisari Bag Center Bandung.

This research using descriptive and verificative method. After the preparation of literature review, and hypothesis, the data are obtained through questionnaires, distributed to 42 respondents, whom are employees in Leuwisari Bag Center Bandung, using random sampling technique. Data analysis was calculated with SPSS v.23 for windows program. The results of the analysis are used to test the validity, reliability, determination, multiple regression analysis and hypothesis testing using f test and t test.

The results of data analysis of this study showed that simultaneously, entrepreneurial spirit and product differentiation have a significant effect on competitive advantage in Leuwisari Bag Center Bandung. Entrepreneurial spirit and product differentiation partially also have an effect to competitive advantage in Leuwisari Bag Center Bandung.

Keywords: Entrepreneurial Spirit, Product Differentiation, Competitive advantage

A. PENDAHULUAN

a. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia usaha sekarang ini sangat pesat. Hal ini ditandai dengan semakin tajamnya persaingan dalam dunia usaha (Saputra, 2016:26). Untuk mempertahankan dan meningkatkan usahanya ditengah persaingan usaha yang semakin ketat, perusahaan dituntut mampu menghadapi persaingan yang ada. Selain itu, percepatan perubahan dimasyarakat yang diakibatkan peran teknologi informasi menjadikan konsumen semakin kritis terhadap produk yang ditawarkan perusahaan (Meldona, 2014:3).

Persaingan adalah inti dari keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Persaingan menentukan ketepatan aktivitas perusahaan yang pada intinya dapat menyokong keberhasilan usahanya. Strategi bersaing adalah pencarian akan posisi yang menguntungkan didalam suatu industri, arena fundamental tempat persaingan terjadi (Haryantini, 2018:59).

Perkembangan UKM mendapat perhatian yang serius dari berbagai kalangan baik pemerintah maupun masyarakat umum, hal ini tidak terlepas dari peran UKM dalam penyerapan tenaga kerja. Selain itu UKM juga berperan sebagai salah satu sumber penting bagi pertumbuhan ekonomi dan ekspor non-migas yang secara langsung turut meningkatkan pendapatan masyarakat disekitarnya (Sabhan, 2015:10).

Pertumbuhan perekonomian industri usaha kecil menengah yang cukup pesat adalah wilayah Jawa Barat. Usaha kecil menengah telah membuktikan diri sebagai usaha bisnis yang mempunyai daya tahan yang relatif kuat sebanding dengan usaha besar lainnya di wilayah Jawa Barat saat ini. Mereka terus berproduksi dengan relatif stabil karena menggunakan bahan baku lokal. Selain itu usaha kecil mempunyai potensi pasar yang tinggi dan biaya produksinya pun relatif rendah. Produk usaha kecil dapat dijangkau oleh golongan ekonomi lemah yang merupakan pasar terbesar (bappenas.go.id, 2013).

Kecenderungan pasar dan siklus hidup produk lebih cepat berubah sesuai dengan keinginan konsumen. Bagi para pelaku UKM, terus mengembangkan ide inovatif untuk produk menjadi suatu keharusan, konsumen yang terus berubah disebabkan pengaruh lingkungan sosial, ekonomi, budaya, dan lingkungan fisik menjadi semakin banyak tuntutan terhadap produk.

Pengembangan industri kecil menengah memiliki nilai yang sangat strategis untuk mendorong ekonomi kerakyatan. sehingga akan berdampak secara langsung terhadap pertumbuhan ekonomi, khususnya di kota Bandung. Sebagai daerah yang cukup besar dalam sektor industri, Kota Bandung merupakan pusat industri dari berbagai jenis produk yang sudah ada sejak lama.

Banyak perusahaan garment atau konveksi seperti di bidang pakaian, tas, sepatu, makanan, dan yang lainnya. Hal ini membuktikan adanya persaingan yang begitu ketat. Potensi ekonomi yang di miliki kota Bandung pada saat ini begitu besar. Salah satu faktanya terlihat pada perkembangan pelaku usaha yang bergerak di bidang industri sandang yang optimis akan berkembang dalam percepatan industri ekonomi kreatif, salah satunya berada di Sentra Tas Leuwisari.

Banyaknya persaingan dalam usaha yang berorientasi pada kebutuhan primer hingga sekunder, seperti kebutuhan pada produk tas, ini sangat mempengaruhi kinerja keunggulan bersaing para pengusaha. Dengan semakin berkembangnya Usaha Kecil Menengah (UKM) khususnya di kota Bandung, para pengusaha toko menyadari hal tersebut bahwa setiap perusahaan harus berjuang keras untuk mencapai tujuan dengan melakukan berbagai cara dalam hal menjalankan bisnisnya guna mendapatkan keunggulan bersaing sebagaimana yang diharapkan oleh setiap pelaku bisnis.

Beberapa strategi yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan agar tetap dapat bersaing dengan perusahaan

lainnya diantaranya adalah melakukan pengembangan dalam jiwa kewirausahaan dan diferensiasi produk. Berbagai strategi pun disusun oleh perusahaan guna memenangkan atau mempertahankan bisnisnya, untuk mewujudkan hal tersebut perusahaan hendaknya memperhatikan jiwa kewirausahaan dan diferensiasi dari produk tersebut agar produk yang dipasarkan diterima dengan baik oleh konsumen (Yulianto, 2015:2).

Kewirausahaan adalah faktor kunci yang menentukan kegiatan pengembangan kapabilitas perusahaan. Jiwa kewirausahaan sebuah perusahaan menentukan orientasi kompetitif.. Perusahaan yang berfokus pada kewirausahaan umumnya dibedakan dalam kemampuannya untuk berinovasi, melakukan perubahan, dan cepat bereaksi terhadap perubahan fleksibel dan tangkas (Day dan Sinkula dalam Yulianto, 2015:2).

Serta kemudian, selain untuk menjadi perusahaan yang memiliki jiwa kewirausahaan yang baik dari pengusahanya, diferensiasi produk juga akan mendorong kinerja yang unggul pada Sentra Tas Leuwisari Bandung bila hal tersebut dilakukan dengan baik. Diferensiasi produk sendiri adalah upaya dari sebuah perusahaan untuk membedakan hasil produknya dengan hasil produk pesaing. Kotler (2014:65) menyatakan, Diferensiasi produk adalah sebagai proses penambahan serangkaian perbedaan yang penting dan bernilai, guna membedakan tawaran perusahaan itu dari tawaran pesaing”.

Sentra Tas Leuwisari merupakan salah satu sentra yang berfokus pada produk tas di Kota Bandung. Didirikan sejak tahun 1980 oleh pendirinya, Sentra Tas Leuwisari menjadi salah satu sentra tas yang berkembang di Kota Bandung. Selain dipasarkan secara langsung, para pengrajin di Sentra Tas Leuwisari biasanya memproduksi tas untuk kepentingan order dari instansi, baik pemerintah maupun swasta. Sebagai salah satu sentra yang bergerak di bidang *fashion* di kota Bandung, maka penting untuk

memprioritaskan biaya dari segi rencana ataupun strategi dalam menciptakan dan menetapkan jiwa kewirausahaan.

Berdasarkan hasil penjelasan salah satu pemilik perusahaan di Sentra Tas Leuwisari, dari wawancara yang dilakukan berkenaan dengan faktor yang mempengaruhi jiwa kewirausahaan, hasilnya dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kesulitan pemasaran, salah satu aspek yang terkait dengan masalah pemasaran yang umum adalah tekanan-tekanan persaingan yaitu dari banyaknya perusahaan lain yang sudah besar dan lebih banyak diketahui oleh masyarakat.
2. Kesulitan mendapatkan bahan baku dengan kualitas yang baik dan dengan harga yang terjangkau.
3. Keterbatasan sumber daya manusia, terutama dalam aspek-aspek kewirausahaan, manajemen teknik produksi, pengembangan produk, *quality control*, akuntansi, dan teknik pemasaran.

Dilihat dari permasalahan diatas, pihak Sentra Tas Leuwisari harus dapat lebih meningkatkan aspek jiwa kewirausahaannya. Seperti Day dan Sinkula dalam Yulianto, (2015:2), Kewirausahaan adalah elemen kunci untuk memperoleh keunggulan kompetitif dan imbalan keuangan yang akibatnya lebih besar dari pesaingnya.

Kemudian, mengenai diferensiasi produk, hasil wawancara kepada salah seorang pemilik pada Sentra Tas Leuwisari, pemilik tersebut mengatakan bahwa:

1. Kurangnya inovasi produk, sehingga produk yang ada terlihat biasa dan tidak memiliki keunikan.
2. Harga yang kurang terjangkau atau tidak sebanding jika dinilai dari mutunya, sehingga tidak memunculkan kelebihan dibanding produk di toko lain.
3. Karena proses pengerjaan yang hampir sama, membuat hasil rancangan baik dari segi desain atau bentuk tas, mengalami kemiripan

antar satu toko dengan yang lainnya.

Sesuai dengan hasil wawancara diatas, pada variabel diferensiasi produk, terdapat beberapa kendala pada segi bentuk, keistimewaan, harga, dan daya tahan, gaya serta rancangan pada produk Sentra Tas Leuwisari. Sesuai teori bahwa dengan dilakukannya diferensiasi produk diharapkan perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya yang sejenis. Diferensiasi produk dimaksudkan untuk membuat perbedaan antara produk yang suatu usaha hasilkan dengan produk yang dihasilkan pesaing. Karena upaya diferensiasi produk ini dapat memberikan banyak pilihan yang variatif bagi konsumen. Bentuk, keistimewaan, mutu kinerja, daya tahan, gaya dan rancangan merupakan faktor penentu strategi diferensiasi (Kotler, 2014:364). Namun dalam hal ini masih serupa, Sentra Tas Leuwisari masih harus meningkatkan aspek diferensiasi produknya.

Dengan adanya beberapa hal yang menjadi masalah pada jiwa kewirausahaan dan diferensiasi produk, hal ini juga berdampak pada keunggulan bersaing Sentra Tas Leuwisari, dibanding dengan Sentra Tas lain di Bandung, yakni dilihat dari investasi yang tidak unggul dan cenderung fluktuatif, jumlah investasi dan jumlah pengrajin di Sentra Tas Leuwisari Kota Bandung terus mengalami penurunan. Berbeda dengan ketiga Sentra Tas lainnya, yang setiap tahunnya terus mengalami peningkatan baik dari segi jumlah investasi maupun dalam jumlah pengrajin, meskipun tidak dalam jumlah yang signifikan/ Hal ini menandakan bahwa industri tas di Sentra Leuwisari di kota Bandung dalam tiga tahun terakhir ini masih kalah bersaing dengan industri tas yang lain.

Salah satu pemilik di Sentra Tas Leuwisari mengatakan bahwa berkaitan dengan keunggulan bersaing, keuntungan (*profit*) serta investasi dari tahun 2015-2017 yang tidak menunjukkan perkembangan yang dinamis, kalah bersaing bahkan cenderung terjadi fluktuasi

bahkan penurunan keuntungan dari tahun ke tahunnya, dikarenakan dari:

1. Konsumen belum merasakan adanya keunikan yang begitu mencolok dari produk yang dijual pada Sentra Tas Leuwisari, sehingga berakibat penjualan menjadi menurun.
2. Dari aspek ini, ditambah dengan biaya atau harga yang mahal namun tidak begitu ditunjang dengan nilai yang sebanding dari produk yang konsumen dapatkan, sehingga ini mengakibatkan penurunan pada penjualan produk.
3. Para konsumen terkadang mengeluhkan bahwa dengan keunikan dan harga yang ditawarkan pada produk oleh pihak toko, kualitas produknya masih kurang sebanding dengan apa yang dijual pada toko lainnya.

Berikut juga disertakan data

Berdasarkan uraian dan permasalahan tersebut diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa adanya fenomena pada Sentra Tas Leuwisari terkait dengan jiwa kewirausahaan dan diferensiasi produk yang berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Jiwa kewirausahaan dan Diferensiasi Produk dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing (Studi Di Sentra Tas Leuwisari Bandung).”**

B. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

a. Jiwa Kewirausahaan

Jiwa kewirausahaan menurut beberapa ahli adalah:

1. Menurut Madjid (2013:3), jiwa kewirausahaan adalah etos yang mengarah adanya keyakinan yang kuat akan harga atau nilai sesuatu yang menjadi bidang kegiatan usaha atau bisnis.
2. Jiwa kewirausahaan memiliki keterkaitan dengan pencarian peluang, keberanian mengambil

resiko serta keputusan bertindak para pemimpin organisasi (Knight dalam Djojoko, 2014:214).

3. Jiwa kewirausahaan merupakan sistem nilai perusahaan yang nantinya menentukan arah gerak atau strategi perusahaan (Lumpkin dan Dess dalam Djojoko, 2014:214).

d. Indikator Jiwa Kewirausahaan

Nickels dalam Lestari (2013:17) menyebutkan untuk mendapatkan kemampuan– kemampuan tersebut seorang pengusaha harus memiliki jiwa kewirausahaan, yaitu:

1. Mengarahkan diri
2. Percaya diri
3. Berorientasi pada tindakan
4. Energik
5. Toleran terhadap ketidakpastian

e. Diferensiasi Produk

Diferensiasi produk berdasarkan para ahli, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Diferensiasi produk adalah penciptaan suatu produk atau citra produk yang cukup berbeda dengan produk-produk yang telah beredar dengan maksud untuk menarik konsumen. Secara tradisional, diferensiasi didefinisikan sebagai tindakan merancang seperangkat perbedaan yang bermakna didalam tawaran perusahaan. (Griffin dalam Dejawata, 2014:2).
2. Menurut Jeofer Pratama (2013:412) Diferensiasi produk adalah kegiatan modifikasi produk menjadi menarik. diferensiasi ini memerlukan penelitian pasar yang cukup sehingga benar – benar berbeda, diperlukan pengetahuan tentang produk desain. Diferensiasi produk ini biasanya hanya mengubah sedikit karakter produk, antara lain kemasan dan tema promosi tanpa mengubah spesifikasi fisik produk meskipun itu diperlukan.

3. Kotler & Keller (2014:9) menyatakan diferensiasi produk adalah tindakan merancang serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan tawaran perusahaan dan tawaran pesaing.

f. Indikator Diferensiasi Produk

Diferensiasi produk adalah sebagai proses penambahan serangkaian perbedaan yang penting dan bernilai, guna membedakan tawaran perusahaan itu dari tawaran pesaing (Kotler, 2014:362). Indikator diferensiasi produk menurut Kotler (2014:362) adalah:

1. Bentuk
2. Keistimewaan
3. Mutu kinerja
4. Daya tahan
5. Gaya
6. Rancangan

g. Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing menurut para ahli, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Keunggulan bersaing berasal dari banyak aktifitas berlainan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan dan mendukung produknya. (Sulistiani, 2014).
2. Menurut Kotler (2014:311) mendefinisikan keunggulan bersaing adalah keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi.
3. Menurut Assauri (2013:15) mendefinisikan keunggulan bersaing adalah jantung kinerja perusahaan didalam pasar yang bersaing, namun setelah beberapa dasawarsa adanya perluasan dan kemakmuran yang hebat mengakibatkan banyak perusahaan kehilangan pandangan mengenai keunggulan bersaing dalam upaya

perjuangan untuk lebih berkembang dalam mengejar diversifikasi.

h. Indikator Keunggulan Bersaing

Longenecker, dalam Mirza (2012) mengemukakan indikator keunggulan bersaing sebagai berikut:

1. Keunikan produk/keistimewaan layanan.
2. Biaya/harga.
3. Kualitas Produk

C. OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2014:115) menjelaskan, populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dari penelitian ini adalah 42 unit tempat produksi di Sentra Tas Leuwisari Bandung.

2. Sampel

Untuk membuktikan kebenaran jawaban yang masih sementara (hipotesis), maka peneliti melakukan pengumpulan data pada obyek tertentu. Karena obyek dalam populasi terlalu luas maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Menurut Sugiyono (2014:116), sampel adalah Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik yang di ambil dalam penelitian dilakukan dengan teknik *sampling* jenuh dimana teknik penentuan sampel berdasarkan keseluruhan populasi yang ada. Maka peneliti akan melakukan penelitian kepada 42 orang pemilik atau karyawan yang mengetahui dengan spesifik bagaimana perkembangan Sentra Tas Leuwisari Bandung.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

A. Deskriptif Jiwa Kewirausahaan

Hasil rekapitulasi tanggapan responden pada variabel Jiwa Kewirausahaan, menunjukkan dimana presentase tertinggi berada pada indikator pemeliharaan diri sebesar 75,71%. Alasan mayoritas responden sehingga indikator ini memiliki presentase tertinggi adalah karena pengusaha ingin memajukan perusahaannya walaupun dari beberapa ide tersebut masih banyak yang belum atau sulit untuk terealisasi, seperti mengenai bagaimana strategi Sentra dalam memasarkan produknya, atau dari bagaimana bentuk produk mereka akan dibentuk di kemudian hari sedangkan presentase skor terendah berada pada indikator berorientasi pada tindakan sebesar 56,19%. Nilai persentase skor keseluruhan yang diperoleh sebesar 64,00%. Selain indikator berorientasi pada tindakan, indikator energik juga memiliki nilai rata-rata terendah. Alasan dari kedua indikator ini menjadi yang terendah diantaranya adalah karena kurangnya semangat yang disebabkan akan pandangan bahwa akan sulit untuk mengimplementasikan gagasan yang ada di pikiran mereka, seperti mereka ingin mengembangkan produk mereka, usaha mereka, namun hal itu tidaklah semudah hanya dengan memikirkan gagasan saja, serta dengan bekerja keras, hasil dari kinerja itu tidak seluruhnya selalu berdampak baik bagi para responden.

B. Deskriptif Diferensiasi Produk

Persentase skor rata-rata untuk variabel Diferensiasi Produk memiliki nilai sebesar 63,73%. Skor tersebut berdasarkan klasifikasi, sudah termasuk dalam kategori cukup baik. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya diferensiasi produk pada Sentra Tas Leuwisari Bandung berjalan dengan cukup baik. Namun ada beberapa indikator yang memiliki nilai persentase skor dibawah nilai persentase skor rata-rata variabel tersebut.

Pada tabel ditunjukkan rekapitulasi tanggapan responden pada variabel diferensiasi produk, dimana presentase tertinggi berada pada indikator bentuk

produk sebesar 65,71%. Alasan mayoritas responden sehingga indikator ini memiliki persentase tertinggi adalah karena pada produk, setidaknya pasti harus ada sedikit perbedaan yang dihasilkan entah dari sisi ukuran atau pun dari sisi atribut yang diberikan, namun mengingat dewasa ini, persaingan di dunia *fashion* semakin ketat, meskipun responden merasa masih ada sisi kurang dari inovasi produk barang yang mereka jual dibanding dengan Sentra lain.

Kemudian terdapat indikator yang berada di bawah nilai rata-rata, seperti pada indikator mutu dan keistimewaan produk. Hal ini dikarenakan beberapa faktor, diantaranya seperti pada segi keistimewaan produk, konsumen merasa dengan inovasi yang diterapkan pada produk, seperti dari model, desain, logo, dan sebagainya kurang menarik, tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan. Kemudian dari segi mutu produk, mayoritas produk yang dijual dinilai tidak memiliki kualitas yang menonjol dibanding yang dijual pada sentra lain karena untuk menciptakan suatu produk yang bermutu baik, akan membutuhkan biaya produksi yang lebih. Dari segi indikator mutu produk, skor tersebut berada pada kategori cukup baik adalah karena alasan responden yang mengatakan bahwa untuk memproses produk dengan kualitas yang lebih baik lagi untuk meningkatkan daya tahan, akan menambah biaya produksi, dan juga biaya tenaga kerja yang berakibat akan mengurangi omzet mereka

C. Deskriptif Keunggulan Bersaing

Adapun persentase skor rata-rata untuk variabel Keunggulan Bersaing memiliki nilai sebesar 64,44%. Skor tersebut berdasarkan klasifikasi, termasuk dalam kategori cukup baik. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya Keunggulan Bersaing pada Sentra Tas Leuwisari Bandung berjalan dengan cukup baik.

Pada tabel ditunjukkan rekapitulasi tanggapan responden pada variabel keunggulan bersaing, dimana persentase

tertinggi berada pada indikator harga produk sebesar 70,95%. Sebab indikator ini memiliki persentase tertinggi adalah karena produk yang dijual pada Sentra Leuwisari relatif murah untuk konsumen dibandingkan perusahaan yang lain. Hal ini dikarenakan karena penjualan mereka mayoritas mengalami penurunan, sehingga mereka harus menurunkan biaya jual, karena khawatir, bila hal ini terus terjadi, akan mengganggu kelangsungan usaha mereka.

Sedangkan indikator yang memiliki nilai persentase di bawah nilai persentase rata-rata variabel tersebut adalah indikator keunikan produk, hal ini dikarenakan, mayoritas para konsumen yang merasa bahwa bentuk, mutu, rancangan, gaya yang ada pada beberapa produk di toko mereka kurang baik dibanding sentra besar lainnya.

Kemudian pada indikator kualitas produk, meskipun indikator ini tidak berada pada kategori di bawah rata-rata, namun berada pada persentase cukup baik pula, hal ini dikarenakan responden merasa bahwa akan memakan biaya yang tinggi untuk menggunakan bahan yang benar-benar berkualitas.

2. Analisis Verifikatif

A. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dalam penelitian, uji normalitas merupakan syarat yang harus dipenuhi untuk suatu model regresi karena model regresi variabel bebas dan variabel terikat harus terdistribusi normal. Pengujian normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah model-model regresi, variabel-variabel dependen, variabel-variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Menurut Ghazali (2015:110), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat atau residual memiliki distribusi normal atau tidak.

Tabel 1 Uji Normalitas Variabel

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Jiwa_Kewirausahaan	Diferensiasi_Produk	Keunggulan_Bersaing
N	42	42	42
Asymp. Sig. (2-tailed)	.720	.423	.547

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

Sumber: Hasil Olah SPSS v.23 Tahun 2019

Karena nilai probabilitas pada uji *Kolmogorov-Smirnov* masih lebih besar dari tingkat kekeliruan 5% (0.05), maka disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas berarti adanya hubungan yang kuat di antara beberapa atau semua variabel bebas pada model regresi. Cara yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinieritas adalah dapat dilihat dari nilai *tolerance* > 0,10 dan *Variance Inflation Factors* (VIF) < 10 pada model regresi (Ghozali, 2016:114). Hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2 Multikolinearitas Variabel

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Jiwa_Kewirausahaan	.702	1.425
Diferensiasi_Produk	.702	1.425

- a. Dependent Variable: Keunggulan_Bersaing

Sumber: Hasil Olah SPSS v.23 Tahun 2019

Berdasarkan tabel nilai tolerance untuk masing-masing variabel > dari 0,10. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

Kemudian berdasarkan tabel diperoleh VIF untuk masing-masing variabel < dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antarvariabel bebas di antara variabel bebas dan tidak terdapat korelasi yang cukup kuat antara sesama variabel bebas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser. Ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari probabilitas signifikansinya. jika nilai signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5% maka dapat disimpulkan tidak mengandunganya heteroskedastisitas (Ghozali, 2014:166).

Tabel 3 Heteroskedastisitas Variabel

Correlations		Keunggulan_Bersaing
Pearson Correlation	Keunggulan_Bersaing	1.000
	Jiwa_Kewirausahaan	.591
	Diferensiasi_Produk	.447
Sig. (1-tailed)	Keunggulan_Bersaing	.
	Jiwa_Kewirausahaan	.000
	Diferensiasi_Produk	.001
N	Keunggulan_Bersaing	42

Jiwa_Kewirausahaan	42
Diferensiasi_Produk	42

Sumber: Hasil Olah SPSS v.23 Tahun 2019

Berdasarkan hasil korelasi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

B. Analisis Regresi Berganda

Untuk melihat bagaimana pengaruh antara variabel independen dengan dependen dalam hal ini pengaruh Jiwa Kewirausahaan (X_1) dan Diferensiasi Produk (X_2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y), maka digunakan analisis regresi linear berganda.

Data yang digunakan dalam analisis regresi berdasarkan data dari 42 responden Karyawan Sentra Tas Leuwisari Bandung. Dalam perhitungannya, penulis menggunakan perhitungan komputerisasi yaitu dengan menggunakan media komputer yaitu SPSS v23 for windows.

Tabel 4 Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	.804	1.249	
Jiwa_Kewirausahaan	.340	.104	.494
Diferensiasi_Produk	.097	.083	.178

a. Dependent Variable: Keunggulan_Bersaing

Sumber: Hasil Olah SPSS v.23 Tahun 2019

Dari tabel di atas dibentuk persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = 0,804 + 0.340 X_1 + 0.097 X_2$$

Hasil dari regresi linear berganda diatas data diartikan bahwa Keunggulan Bersaing dapat dibentuk atau dipengaruhi oleh Jiwa Kewirausahaan dan Diferensiasi Produk, dimana pada Sentra, Jiwa Kewirausahaan dan Diferensiasi Produk yang ada pada karyawan dan produk dapat tercermin dari indikator yang ada.

C. Analisis Korelasi Pearson

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara Jiwa Kewirausahaan (X_1) dan Diferensiasi Produk (X_2) dengan Keunggulan Bersaing (Y). Korelasi ini digunakan karena teknik statistik ini paling sesuai dengan jenis skala penelitian yang digunakan yaitu interval.

Untuk menghitung korelasi secara parsial antara variabel independen dengan independen sehingga dianggap konstan, ada cara yang digunakan untuk mendapatkan hasil korelasi *pearson* tersebut. Dengan perhitungan menggunakan SPSS v.23 for windows, yaitu:

Tabel 5 Korelasi Variabel Penelitian

	Keunggulan_Bersaing
Pearson Keunggulan_Bersaing	1.000
Jiwa_Kewirausahaan	.591
Diferensiasi_Produk	.447
Sig. (1-tailed)	
Keunggulan_Bersaing	.
Jiwa_Kewirausahaan	.000
Diferensiasi_Produk	.001

Sumber: Hasil Olah SPSS v.23 Tahun 2019

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara Jiwa Kewirausahaan

dengan Keunggulan Bersaing adalah sebesar 0,591. Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Dimana semakin baik Jiwa Kewirausahaan, akan diikuti oleh semakin tingginya Keunggulan Bersaing. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi, nilai korelasi sebesar 0,591 termasuk kedalam kategori hubungan yang sedang, berada dalam kelas interval antara 0,41 – 0,60. Sesuai dalam hasil pengujian pada penelitian Fany (2016), menjelaskan bahwa adanya hubungan yang positif antara Jiwa Kewirausahaan dengan Keunggulan Bersaing.

Selanjutnya diketahui bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara Diferensiasi Produk dengan Keunggulan Bersaing adalah sebesar 0,447. Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Dimana semakin baik atau optimalnya Diferensiasi Produk, akan diikuti oleh semakin tingginya dan baiknya Keunggulan Bersaing. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi, nilai korelasi sebesar 0,447 termasuk kedalam kategori hubungan yang sedang, berada dalam kelas interval antara 0,41 – 0,60. Hasil ini sesuai dalam hasil pengujian pada penelitian Aisiti (2016), menjelaskan bahwa adanya hubungan yang positif antara Diferensiasi Produk dengan Keunggulan Bersaing.

D. Koefisien Determinasi

Koefisien pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Koefisien ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel “X¹” Jiwa Kewirausahaan dengan “Y” Keunggulan Bersaing serta variabel “X²” Diferensiasi Produk dengan “Y” Keunggulan Bersaing.

Tabel 6 Koefisien Determinasi Simultan Variabel

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.609 ^a	.371	.339	1.77392

a. Predictors: (Constant),

Diferensiasi_Produk,

Jiwa_Kewirausahaan

b. Dependent Variable:

Keunggulan_Bersaing

Sumber: Hasil Olah SPSS v.23 Tahun 2019

Hasil koefisien determinasi (*adjusted R-Square*) sebesar 0,339 atau 33,9%. Hasil tersebut merupakan besarnya kontribusi dari Jiwa Kewirausahaan dan Diferensiasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing sedangkan sisanya sebesar 66,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang berpengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing, namun tidak ada dalam penelitian ini seperti lokasi, harga, inovasi dan lain-lain. Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu maka dilakukan dengan cara nilai beta *x zero order*, berikut hasil pengaruh secara parsial antara Jiwa Kewirausahaan dan Diferensiasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing dengan rumus (*beta x zero order*):

Tabel 7 Koefisien Determinasi Parsial Variabel

Coefficients^a

Model	Standardized Coefficients	Correlations		
		Zero-order	Partial	Partial
1 (Constant)				
Jiwa_Kewirausahaan	.494	.591	.462	.413
Diferensiasi_Produk	.178	.447	.184	.149

Coefficients^a

Model	Standard ized Coeffi ents	Correlations		
		Zer o- ord er	Part ial	Pa rt
1 (Constant)				
Jiwa_Kewirau sahaan	.494	.59 1	.46 2	.4 13
Diferensiasi_P roduk	.178	.44 7	.18 4	.1 49

a. Dependent Variable:

Keunggulan_Bersaing

Sumber: Hasil Olah SPSS v.23 Tahun 2019

Keunggulan Bersaing dipengaruhi oleh banyak variabel, seperti lokasi, harga, inovasi dan lain-lain, termasuk dipengaruhi oleh Jiwa Kewirausahaan dan Diferensiasi Produk. Dari hasil perhitungan secara parsial mengenai Jiwa Kewirausahaan dan Diferensiasi Produk dari 42 responden, dapat diketahui bahwa variabel yang paling berpengaruh adalah variabel X_1 terhadap Y yaitu sebesar 20,09% kemudian diikuti dengan pengaruh X_2 terhadap Y yaitu sebesar 4,43% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti yang telah dijelaskan. Variabel Jiwa Kewirausahaan lebih memiliki pengaruh yang lebih besar dikarenakan secara rasionalnya, jika seseorang mempunyai jiwa kewirausahaan ataupun bisnis maka ia akan memiliki keinginan dan motivasi untuk bisa mengembangkannya dan merubahnya menjadi lebih baik lagi, walaupun sedikit demi sedikit ia pasti mempunyai keinginan untuk merubah atau mengembangkan bisnisnya untuk lebih maju dan juga bisa berfikiran untuk menambah bisnis yang lainnya, seperti dari segi strategi diferensiasi, inovasi, dan sebagainya (Amin, 2015:53)

E.KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai jiwa kewirausahaan dan diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing di Sentra Tas Leuwisari Bandung, penulis mencoba untuk menarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Variabel independen jiwa kewirausahaan memiliki nilai yang termasuk dalam kategori cukup baik, sementara variabel independen diferensiasi produk memiliki nilai yang termasuk dalam kategori baik. Variabel dependen kinerja karyawan memiliki nilai yang termasuk dalam kategori cukup baik. Pada setiap variabel, ada beberapa indikator yang memiliki nilai persen skor dibawah nilai persen skor rata-rata variabel tersebut. Hal ini dikarenakan beberapa faktor, salah satunya adalah ketidaksetujuan para responden terhadap beberapa pernyataan.
2. Jiwa kewirausahaan secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing di Sentra Tas Leuwisari Bandung. Secara total persentase atau kontribusi, pengaruh jiwa kewirausahaan dalam meningkatkan keunggulan bersaing di Sentra Tas Leuwisari Bandung adalah berpengaruh positif dan signifikan.
3. Diferensiasi produk secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing di Sentra Tas Leuwisari Bandung. Secara total persentase atau kontribusi, pengaruh diferensiasi produk dalam meningkatkan keunggulan bersaing di Sentra Tas Leuwisari Bandung adalah berpengaruh positif.
4. Jiwa kewirausahaan dan diferensiasi produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing di Sentra Tas Leuwisari Bandung sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti

kualitas produk, keunggulan biaya dan lain-lain

b. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, dan pembahasan diatas, penulis ingin coba memberikan saran yang semoga dapat memberikan manfaat dan berguna di kemudian hari bagi semua pihak khususnya kepada para karyawan di Sentra Tas Leuwisari Bandung, diantaranya:

1. Pada variabel jiwa kewirausahaan, untuk indikator yang memiliki skor terendah, seperti pada indikator berorientasi pada tindakan, dapat disarankan agar sebaiknya perlu untuk bekerja lebih keras dan mencoba hal-hal baru yang ada di benak responden, seperti dengan lebih menghargai waktu, memprioritaskan kepentingan utama dalam usaha lebih tekun dan teliti dalam bekerja, dan sebagainya. Karena meskipun hal tersebut tidak mudah, namun hasil dari kinerja yang kuat tidak pernah membohongi hasil akhirnya. Pada indikator di variabel diferensiasi produk yang memiliki skor terendah, Seperti pada indikator keistimewaan produk dapat disarankan agar sebaiknya untuk bisa terus meningkatkan model, desain, logo, mutu dan sebagainya yang kurang menarik dimata konsumen, dengan selalu *update* terhadap kebutuhan pasar, sehingga harga yang ditawarkan sesuai dengan apa yang dijual.
2. Jiwa kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing di Sentra Tas Leuwisari Bandung. Sehingga pada masa mendatang, pihak sentra harus lebih memerhatikan dan memperbaiki jiwa kewirausahaan karyawannya dari segi mengarahkan diri, pemeliharaan diri, berorientasi pada tindakan, energik, dan toleransi terhadap

ketidakpastian, guna meningkatkan keunggulan bersaing di sentra mereka, terutama dalam hal seperti seperti dengan lebih menghargai waktu, memprioritaskan kepentingan utama dalam usaha lebih tekun dan teliti dalam bekerja, dan sebagainya.

3. Diferensiasi produk secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing di Sentra Tas Leuwisari Bandung. Sehingga pada masa mendatang, pihak sentra juga harus pula tetap memerhatikan diferensiasi produknya guna meningkatkan keunggulan bersaing dari segi indikatornya yakni bentuk produk, keistimewaan produk, mutu produk, daya tahan produk, rancangan produk, gaya produk, seperti terus meningkatkan model, desain, logo, mutu dan sebagainya yang kurang menarik dimata konsumen, dengan selalu *update* terhadap kebutuhan pasar, sehingga harga yang ditawarkan sesuai dengan apa yang dijual.
4. Dikarenakan hasil kedua variabel independen berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, sehingga pada masa mendatang, seluruh karyawan baik pemilik dan karyawan, tidak boleh mengesampingkan kedua variabel ini sehingga tercipta keunggulan bersaing yang baik dalam usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinoto. (2014). Pengaruh Orientasi Pasar dan Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kepekaan Perusahaan Dan Implikasinya Pada Kinerja Perusahaan: Studi pada Penyalur Sepeda Motor di Indonesia
- Andika, Manda dan Madjid, Iskandarsyah. (2013). *Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Efikasi Diri*

- Terhadap *Intensi Berwirausahapada Mahasiswa*. Eco-Entrepreneurship Seminar & Call for Paper "Improving Performance by Improving Environment". Universitas Negeri Semarang. 190-197.
- Anoraga, Pandji dan Pakarti, Piji. 2013. *Pengantar Pasar Modal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, J. (2014). *Statistik Parametrik*. Jakarta: Gramedia Pusat Utama.
- Arikunto, Suharsimi. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Azizan, Muhammad Ibnu. (2014). *Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Griya ib Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*
- Chandra, Sari (2013), *Pelatihan Kewirausahaan Bagi Anak Asuh Panti Asuhan Putri Khoirunisa Berbah Sleman Yogyakarta*
- Damodar N., Gujarati dan Dawn C. Porter. (2015). *Basic Econometric 7th Edition*. McGraw –Hill: New York.
- Cynthia Vanessa Djodjobo1. (2014). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado*, ISSN 2303-1174 *Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014*, Hal. 1214-1224
- Day, G.S. dan Wensley, R. (1988), "Assessing advantage: a framework for diagnosing competitive superiority", *Journal of Marketing* , Vol. 52, April, hal. 1-20.
- Dejawata, Thariz Baharmal. (2014). *Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan "Cake in Jar" Cafe Bunchbead Kota Malang)*, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 17 No. 2 Desember*
- Guth, WD., & Ginberd, A. (1990). *Guest editor's introduction : Corporate Entrepreneurship. Strategic Management Journal. Summer (1990), 11,5.*
- Hanum, Ayu Noviani. (2013) *Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Wirausaha (Studi Kasus pada Universitas Muhammadiyah Semarang)*
- Haryantini. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran PT.Citilink Indonesia Untuk Meningkatkan Daya Saing, Manajemen Pemasaran ISSN NO. (PRINT) 2598-0823, (Online) 2598-2893 Vol. 1 No. 4 / Juli 2018*
- Joefer Pratama Sahetapy. (2013). *Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubeul UD Sinar Sakti Manado*. *Jurnal EMBA Vol 1 No 3 September 2013*, Hal 411-420. ISSN : 2303-1174.
- Kawurian, Siska Sasanti. (2014). *Analisis Strategi Pemasaran Bersaing Dalam Industri Perhotelan Di Kota Yogyakarta*
- Knight, G. (2000). *Entrepreneurship and Marketing Strategy: the SME Under Globalization. Journal of*

- International Marketing*, ISSN 1069-031X, Vol.8, No.2 (2000)
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lestari, Fitria. (2013) Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing
- Lumpkin, G. T., dan Dess, G. G. (1996). *Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance*. *Academy of Management Review*, Vol.21, No.1.
- Meldona. (2014). Dampak Kemajuan Teknologi Informasi Terhadap Bidang Akuntansi Manajemen.
- Mirza. (2014). Pengaruh Lingkungan Eksternal Dan Lingkungan Internal Terhadap Strategi Bersaing Dan Strategi Kemitraan Serta Dampaknya Pada Keunggulan Bersaing Dan Implikasinya Pada Kinerja Industri Kecil Dan Menengah Di Sumatra Barat, Vol 1, No 3
- Sahban, Hernita (2015). Menembus Badai UKM, Makassar: CV.Sah Media
- Saputra, Devi Satria. (2016). Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Harga Jual Produk Marmer Pada Politeknik Aceh Selatan, *Jurnal Inotera* Vol.1, No.1, Desember
- Sugiyono. (2014). *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan Keenam Belas. Bandung: Penerbit CV.Alfabeta.
- Sulistiani, Dwi. (2014). Mencapai Keunggulan Bersaing Dengan Strategi Diferensiasi
- Suryana. (2013). Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat
- Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, Linna Ismawati. (2010). Penulisan Karya Ilmiah Panduan Awal Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir Aplikasi pada Fakultas Ekonomi UNIKOM. Bekasi: Genesis.
- Yulianto, Yulius Candra. (2015). Pengaruh Kewirausahaan, Kemampuan Belajar Fokus Pasar, dan Inovasi Organisasi Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Pada Usaha Kecil Dan Menengah Kerajinan Gerabah Dan Kulit di Bantul