

PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING USAHA KERAJINAN PERAK DI DESA CELUK KECAMATAN SUKAWATI KABUPATEN GIANYAR

Anak Agung Ayu Mirah Wira Dewi¹, Luh Indrayani², Lulup Endah Tripalupi³

Program Studi Pendidikan Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
Singaraja, Indonesia

e-mail: aaamirahwirad@gmail.com¹, luhindrayani25@gmail.com²,
tripalupilulup@gmail.com³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing serta berapa besarnya pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data dikumpulkan dengan metode kuesioner dan studi dokumen. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *t test*, *F test* dan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 24.0 for Windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama ada pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing, kedua ada pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing, ketiga ada pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing dan keempat orientasi pasar dan inovasi produk memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing sebesar 6,058 yang ditunjukkan dengan hasil persamaan regresi $\hat{Y} = 7,352 + 0,606X_1 + 0,381X_2$.

Kata kunci: orientasi pasar, inovasi produk, keunggulan bersaing

Abstract

This study aims to determine the effect of market orientation and product innovation on competitive advantage and how much influence the market orientation and product innovation on the competitive advantage of silver handicraft business in Celuk Village, Sukawati District, Gianyar Regency. This type of research is quantitative research. Data were collected by questionnaire method and document study. The analysis used in this study was *t test*, *F test* and multiple linear regression using SPSS version 24.0 for Windows. The results showed that firstly there was an influence of market orientation on competitive advantage, secondly there was influence of product innovation on competitive advantage, thirdly there was influence of market orientation and product innovation on competitive advantage and fourthly market orientation and product innovation had an influence on competitive advantage of 6.058 as indicated by The results of the regression equation $\hat{Y} = 7.352 + 0.606X_1 + 0.381X_2$.

Keywords: market orientation, product innovation, competitive advantage

PENDAHULUAN

Sebagian industri kerajinan di Indonesia masih mempunyai berbagai kelemahan yang bersifat eksternal. Seperti kurangnya kemampuan untuk beradaptasi terhadap pengaruh lingkungan yang strategis, kurang cekatan dalam peluang-

peluang usaha, kurang kreativitas dan inovasi. Faktor internal dari kelemahan sebagian industri kerajinan yaitu kurangnya keterampilan, kurangnya akses terhadap informasi teknologi sertakemampuan manajerial, permodalan dan pasar. Selain memiliki kelemahan,

industri kerajinan juga terkena dampak yang baik dari informasi teknologi. Kemajuan teknologi yang sangat pesat juga terjadi dan berdampak positif pada industri kerajinan (Suhaeni, 2018). Pesatnya kemajuan teknologi membantu untuk mewujudkan industri kerajinan yang maju dan berkembang.

Semakin berkembangnya industri kerajinan pasti akan banyak usaha sejenis yang bermunculan. Hal ini mengakibatkan adanya persaingan bisnis yang kompetitif. Dalam penelitian yang dilakukan Jayaningrum & Sanawiri (2018) persaingan dalam industri kerajinan menuntut masing-masing perusahaan untuk mampu mendatangkan konsumen atau pelanggan sebanyak-banyaknya. Untuk mendatangkan konsumen dalam jumlah banyak, pihak perusahaan industri kerajinan harus memperhatikan strategi yang diterapkan (Farhas dkk., 2016). Menurut Febriatmoko & Raharjo (2015), kunci penting untuk memenangkan persaingan terletak pada kemampuan perusahaan industri kerajinan untuk menciptakan keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu badan usaha untuk memberikan nilai lebih pada produknya dibandingkan dengan pesaingnya dan hal tersebut mendatangkan manfaat bagi pelanggan (Bukhori, 2017).

Jayaningrum & Sanawiri (2018) menyatakan keunggulan kompetitif sebagai keunggulan di atas pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai kepada konsumen, baik melalui harga yang lebih rendah atau dengan menyediakan manfaat yang mendukung harga yang lebih mahal. Suatu perusahaan dikatakan mempunyai keunggulan kompetitif jika mempunyai kelebihan dari pesaing untuk menarik pelanggan dan dapat bertahan dalam tekanan kompetitif di pasar (Andiyanto, 2017). Rinandiyana dkk. (2016) mengungkapkan keunggulan bersaing dapat berasal dari berbagai aktivitas perusahaan seperti dalam hal merancang, memproduksi, memasarkan, menyerahkan dan mendukung produknya. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Porter, beberapa cara untuk memperoleh

keunggulan bersaing antara lain dengan menawarkan produk atau jasa dengan dengan harga yang minimum (*cost leadership*), menawarkan produk atau jasa dengan yang memiliki keunikan dibanding pesaingnya (*differentiation*), atau memfokuskan diri pada segmen tertentu (*focus*) (Supriyanto dkk., 2017).

Perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing jika strategi-strategi yang dipilih perusahaan dapat diterapkan dan dieksekusi dengan baik. Dalam menciptakan keunggulan bersaing ada dua strategi yang dapat digunakan dan diterapkan oleh perusahaan industri kerajinan. Dua strategi yang dapat digunakan yaitu orientasi pasar dan inovasi produk (Dewi, 2014). Aprizal (2018) menyatakan bahwa orientasi pasar merupakan budaya perusahaan yang bisa membawa pada meningkatnya kinerja pemasaran. Perusahaan yang menerapkan orientasi pasar memiliki kelebihan dalam pengetahuan pelanggan dan kelebihan ini dapat dijadikan sebagai sumber keunggulan bersaing dengan menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan (Nurseto, 2015). Dari pendapat di atas dapat diartikan bahwa orientasi pasar memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing, penelitian Haryono & Marniyati (2017) mengatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, hal ini didukung juga dari beberapa penelitian dengan variabel yang sama dilakukan oleh peneliti lain diantaranya Mardiyanto (2015) mengungkapkan bahwa secara parsial orientasi pasar memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Menurut Rachmatullina'ya (2017), selain orientasi pasar, inovasi produk juga digunakan sebagai strategi dalam mencapai keunggulan bersaing. Perusahaan harus benar-benar memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan. Konsumen cenderung lebih menyukai perusahaan yang menghasilkan produk-produk dengan fitur menarik dan inovatif (Hasnatika & Nurnida, 2018). Bagi perusahaan, keberhasilannya dalam

melakukan inovasi produk berarti perusahaan tersebut selangkah lebih maju dari pesaing (Suhaeni, 2018). Hal ini dapat diartikan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Penelitian yang dilakukan oleh (Curatman dkk., 2016) menyatakan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Hal tersebut didukung juga oleh beberapa penelitian serupayang dilakukan oleh peneliti lain yaitu Sherlin (2016) berpendapat bahwa inovasi produk memiliki hubungan yang signifikan untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Perusahaan yang menerapkan inovasi memiliki kelebihan selangkah lebih unggul dari pesaing (Devi, 2018).

Salah satu desa di Provinsi Bali yang memiliki potensi dalam mengembangkan industri kerajinan adalah Desa Celuk, karena memiliki potensi pengerajin industri kerajinan perak terbesar di Bali. Beragam produk yang dihasilkan dari perak seperti kalung, gelang, cincin, anting-anting, liontin, tempat lilin, tempat *tissue* dan berbagai bentuk cenderamata lainnya. Potensi industri kerajinan perak ini memiliki target pasar yang luas karena kerajinan dari perak masih diminati baik lokal maupun internasional. Karena banyaknya peminat kerajinan perak maka pengerajin perak berbondong-bondong memasarkan hasil dari kerajinan perak dengan membuka beberapa perusahaan yang dijadikan tempat untuk menjual produknya. Jumlah perusahaan industri kerajinan perak di Desa Celuk terus mengalami kenaikan dihitung dari tahun 2014 sampai tahun 2018.

Pada tahun 2014 jumlah perusahaan sebanyak 77 kemudian mengalami kenaikan pada tahun 2015 sebanyak 85 perusahaan selanjutnya pada tahun 2016 sebanyak 96 perusahaan, untuk tahun 2017 kenaikan jumlah perusahaan masih terjadi dengan jumlah 98. Pada saat ini tahun 2018 total jumlah perusahaan kerajinan perak di Desa Celuk sudah mencapai 112 perusahaan. Selain bertumbuhnya perusahaan baru di setiap tahunnya ada permasalahan lain yang dialami oleh perusahaan kerajinan perak di Desa

Celuk. Permasalahan lain yang terjadi yaitu jarak antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya memiliki jarak cukup berdekatan. Selain itu masih banyak perusahaan membuat produknya memiliki bentuk yang sama dengan perusahaan lain dan tidak mengubahnya agar memiliki ciri khas atau keunikan tersendiri.

Banyaknya industri kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati dapat dijadikan permasalahan pada penelitian ini, bahwa keunggulan bersaing usaha kerajinan yang sejenis menarik untuk diteliti lebih lanjut dalam ruang lingkup berbeda untuk memberikan kontribusi pada perusahaan yang berhubungan dengan orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menguji pengaruh (1) orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar; (2) inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar; (3) orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar; dan (4) besarnya pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar.

David (2013) mendefinisikan orientasi pasar sebagai empat penetapan sasaran konsumen strategis dan membangun organisasi yang berfokus pada layanan konsumen, memberikan dasar persaingan yang berfokus ke dalam, memberi layanan yang sesuai dengan harapan para konsumen, sehingga berhasil memenangkan suatu persaingan. Pandangan serupa dikemukakan Day (dalam Aprizal, 2018) berpendapat bahwa orientasi pasar mencerminkan kompetensi dalam memahami pelanggan. Perusahaan yang berhasil dalam mengendalikan pasar yaitu perusahaan yang selalu menempatkan orientasi pelanggan dan orientasi pesaing sebagai fokus utamanya.

Sehingga menghasilkan kinerja pemasaran yang lebih baik.

Menurut Amir (2018), inovasi produk adalah setiap kegiatan yang tidak bisa dihasilkan hanya dengan satu kali percobaan, melainkan suatu proses yang panjang dan kumulatif. Meliputi banyak proses pengambilan keputusan, mulai dari penemuan gagasan hingga ke implementasinya di pasar. Devi (2018) berpendapat mengenai inovasi produk sering dikaitkan dengan teknologi, karena dengan adanya teknologi memudahkan perusahaan untuk mengembangkan ide yang akan membantu mencapai tujuan perusahaan. Inovasi produk dipandang sangat penting apalagi dalam pengembangan produk baru, karena dapat membantu perusahaan pada keuntungan dibidang ekonomi dan menghasilkan teknologi baru.

Sejalan dengan meningkatnya persaingan kunci utama dalam memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga sesuai kemampuan konsumen (Tjiptono & Chandra, 2008). Menurut Danang (2015), keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu badan usaha (perusahaan) untuk memberikan nilai lebih terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan. Perusahaan memiliki keunggulan bersaing merupakan keuntungan yang diperoleh melalui penerapan strategi bersaing yang bertujuan untuk membangun posisi yang menguntungkan dan berkelanjutan terhadap kekuatan pasar yang menentukan persaingan industri.

Berdasarkan permasalahan dan teori yang ada maka penulis menarik hipotesis sebagai berikut: (1) diduga ada pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar; (2) diduga ada pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar; dan (3) diduga ada pengaruh orientasi pasar dan inovasi

produk terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam menguji hipotesis yang sudah disusun. Penelitian kuantitatif diharuskan menggunakan angka, dari mulai pengumpulan data, penafsiran angka tersebut, sampai penyampaian dari hasilnya. Penelitian kuantitatif ini menggunakan korelasional untuk menemukan ada atau tidak hubungan antara dua variabel yang akan diukur (Sugiyono, 2017). Data kuantitatif yang diperlukan adalah jumlah perusahaan pengerajin perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar.

Lokasi penelitian ini di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan industri kerajinan perak di Desa Celuk. Jumlah populasi industri kerajinan perak yang terdata sebanyak 112 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *sample random sampling*. *Sample random sampling* yaitu peneliti mencampur subjek-subjek di dalam populasi sehingga semua subjek dianggap sama (Arikunto, 2010). Menurut Sugiyono (2017), rumus yang dapat digunakan untuk menentukan besaran sampel yaitu rumus *Slovin*, sehingga sampel dalam penelitian ini sebanyak 72 perusahaan.

Jenis data menurut sumbernya dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah pemilik usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar, sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen atau data-data yang terdapat pada Kantor Desa mengenai jumlah perusahaan pengerajin perak yang berada di Desa Celuk.

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara: (1) data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan kuisisioner mengenai orientasi pasar,

inovasi produk dan keunggulan bersaing dan (2) studi dokumen mengenai jumlah perusahaan pengerajin perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedstisitas. Uji hipotesis menggunakan uji regresi linier berganda, uji parsial (uji *T*), dan uji simultan (Uji *F*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil analisis data pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing menggunakan uji *t* pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Uji *t* untuk Pengaruh Variabel Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,352	1,933		3,804	0,000
Orientasi pasar	0,606	0,118	0,494	5,141	0,000

a. Dependent Variable: Keunggulan bersaing
(Sumber: Output SPSS 24.0 for Windows, 2019)

Berdasarkan tabel 1 diatas, diperoleh nilai $t = 5,141$ dengan nilai *p-value* sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$. Hal ini berarti ada pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar. Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima.

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil analisis data pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing menggunakan uji *t* pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Hasil Uji *t* untuk Pengaruh Variabel Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,352	1,933		3,804	0,000
Inovasi produk	0,381	0,092	0,398	4,145	0,000

a. Dependent Variable: Keunggulan bersaing
(Sumber: Output SPSS 24.0 for Windows, 2019)

Berdasarkan tabel 2 diatas, diperoleh nilai $t = 4,145$ dengan nilai *p-value* sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$. Hal ini berarti ada pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar. Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima.

Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil analisis pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing secara simultan menggunakan uji *F* dengan taraf signifikansi 5% dapat dilihat pada tabel 3. berikut ini.

Tabel 3. Hasil Uji F untuk Pengaruh Variabel Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

	<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	1065,078	2	532,539	73,330	0,000
	<i>Residual</i>	501,096	69	7,262		
	<i>Total</i>	1566,174	71			

(Sumber: *Output SPSS 24.0 for Windows*, 2019)

Berdasarkan tabel 3 diatas, diperoleh nilai $F=73,330$ dengan nilai p -value sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$. Hal ini berarti ada pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar. Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima.

Besarnya Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Besarnya pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha dapat diketahui melalui persamaan regresi dengan menggunakan analisis koefisien beta dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini.

Tabel 4. Hasil Perhitungan Koefisien Beta

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			
1	(<i>Constant</i>)	7,352	1,933		3,804	0,000
	Orientasi pasar	0,606	0,118	0,494	5,141	0,000
	Inovasi produk	0,381	0,092	0,398	4,145	0,000

a. *Dependent Variable*: Keunggulan bersaing

(Sumber: *Output SPSS 24.0 for Windows*, 2019)

Berdasarkan perhitungan regresi linier berganda pada tabel 4, maka didapat hasil persamaan regresi sebagai berikut.

$$\hat{Y} = 7,352 + 0,606X_1 + 0,381X_2$$

Keterangan:

\hat{Y} = keunggulan bersaing

X_1 = orientasi pasar

X_2 =inovasi produk

Berdasarkan model persamaan regresi tersebut, dapat diinterpretasikan hasil konstanta sebesar 6,058 artinya jika variabel orientasi pasar (X_1) dan inovasi produk (X_2) bernilai tetap, maka variabel keunggulan bersaing (Y) memiliki nilai positif sebesar 7,352.

Variabel orientasi pasar (X_1) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,606. Hal ini berarti bahwa peningkatan orientasi pasar (X_1) sebesar satu satuan dapat meningkatkan keunggulan bersaing (Y) sebesar nilai koefisien beta variabel

orientasi pasar. Misalnya setiap terjadi kenaikan orientasi pasar (X_1) sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan keunggulan bersaing sebesar 0,606.

Selanjutnya pada variabel inovasi produk (X_2) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,381. Hal ini berarti bahwa peningkatan inovasi produk (X_2) sebesar satu satuan dapat meningkatkan keunggulan bersaing (Y) sebesar nilai koefisien beta variabel inovasi produk. Misalnya setiap terjadi kenaikan inovasi produk (X_2) sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan keunggulan bersaing sebesar 0,381.

Pembahasan

Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara orientasi pasar terhadap

keunggulan bersaing. Persamaan regresi punya arah koefisien positif. Pengaruh positif menunjukkan bahwa hubungan orientasi pasar dan keunggulan bersaing adalah searah. Jika orientasi pasar semakin baik maka keunggulan bersaing semakin tinggi. Budaya perusahaan yang menekankan pada pentingnya perusahaan untuk memperhatikan pasar (orientasi pasar) seperti fokus pada pelanggan dan memberi layanan yang sesuai dengan harapan konsumen akan mengarah pada penguatan keunggulan bersaing perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Narver dan Slater (dalam Kotler, 2010) yang mendefinisikan orientasi pasar adalah budaya organisasi yang paling efektif dalam menciptakan nilai unggul bagi pembeli serta kinerja dalam bisnis. Senada dengan hal itu, Dewi (2014) menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing adalah orientasi pasar. Peneliti lain yang mendukung hasil penelitian ini dilakukan oleh Liliyani (2015) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing. Senada dengan hasil penelitian tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Liliyani (2015), juga mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel orientasi pasar terhadap variabel keunggulan kompetitif.

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Pada hasil penelitian inovasi produk terhadap keunggulan bersaing menunjukkan pengaruh yang signifikan. Persamaan regresi punya arah koefisien positif. Pengaruh positif menunjukkan bahwa hubungan inovasi produk dan keunggulan bersaing adalah searah. Jika inovasi produk semakin baik maka keunggulan bersaing semakin tinggi. Perusahaan harus menciptakan produk baru dengan melakukan inovasi pada produknya baik dari segi bentuk, motif dan kualitas bahan yang digunakan agar memiliki nilai lebih di mata pelanggan. Perusahaan yang memperhatikan inovasi dalam produknya memiliki keunggulan

bersaing yang lebih tinggi dari perusahaan lain yang tidak melakukan inovasi pada produknya. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh (Dhewanto dkk.,2014) yang menyatakan inovasi produk merupakan suatu cara yang penting bagi perusahaan agar dapat beradaptasi dengan pasar dan unggul dalam persaingan sehingga perusahaan tersebut dapat bertahan dalam jangka waktu yang panjang. Senada dengan hal itu, Dewi (2014) menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing adalah inovasi produk. Hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anggraini dkk.,(2014), yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Penelitian yang dilakukan oleh Fatah (2012) juga mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel inovasi produk terhadap variabel keunggulan bersaing.

Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Penelitian mengenai pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan. Perusahaan yang menerapkan orientasi pasar yang baik memiliki komitmen untuk terus berkreasi dalam menciptakan nilai unggul sesuai dengan keinginan konsumen dan perusahaan yang melakukan inovasi pada produknya memiliki nilai lebih di mata konsumen sehingga lebih unggul dari pesaing. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Dewi (2014) yang menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing adalah orientasi pasar dan inovasi produk. Hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prakosa (2005) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Penelitian yang sama dilakukan oleh Liliyani (2015), yang mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel

orientasi pasar dan inovasi produk terhadap variabel keunggulan kompetitif.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terkait dengan pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut; (1) ada pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar, yang ditunjukkan dengan nilai $t = 5,141$ dengan nilai $p\text{-value}$ sebesar $0,000 < \alpha = 0,005$; (2) ada pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar, yang ditunjukkan dengan $t = 4,145$ dengan nilai $p\text{-value}$ sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$; (3) ada pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar, yang ditunjukkan dengan nilai $F=73,330$ dengan nilai $p\text{-value}$ sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$; dan (4) Orientasi pasar dan inovasi produk memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing sebesar 6,058 yang ditunjukkan dengan hasil persamaan regresi $\hat{Y} = 7,352 + 0,603X_1 + 0,381X_2$.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, adapun saran yang peneliti berikan berkaitan dengan penelitian ini; (1) Bagi pengerajin perak di Desa Celuk, diharapkan untuk lebih memperhatikan inovasi pada setiap produk baru yang akan di produksi dengan cara; (a) menciptakan model atau motif kerajinan perak yang belum pernah diproduksi sesuai dengan kebutuhan pasar, (b) melatih dan melibatkan karyawan dalam membuat model atau motif kerajinan perak, dan (c) membuat model atau motif kerajinan perak yang beragam sesuai dengan kebutuhan konsumen. Hal ini dilakukan agar dapat memperkuat inovasi produk untuk

meningkatkan perkembangan usaha dalam mencapai keunggulan bersaing; dan (2) Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengkaji aspek mengenai pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha diharapkan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel lain yang belum diuji serta menggunakan populasi dan sampel yang lebih luas agar hasil penelitian lebih teruji keandalannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Z. 2018. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Perusahaan Batik di Kota Pekalongan. *Jurnal Manajemen*, 1(8), 1–12.
- Andiyanto, F. 2017. Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen*, 8(3), 1–20.
- Anggraini, N., Marnis, & Samsir. 2014. Strategi Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Pembelajaran Pengaruhnya Terhadap Kinerja Usaha Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing. (Studi Pada Industri Jasa Salon Kecantikan dan SPA di Kota Pekan Baru). *Journal Fakultas Ekonomi*, 2(5), 10–20.
- Aprizal. 2018. *Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing: Studi Kasus Penjualan Komputer*. Makasar: Celebes Media Perkasa.
- Arikunto, S. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bukhori, M. 2017. Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 18–31.
- Curatman, A., Rahmadi, Maulany, S., & Ikhsani, M. M. 2016. Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota

- Cirebon. *Jurnal Logika*, 18(3), 61–75.
- Danang, S. 2015. *Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage)*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- David, A. A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategis (Strategic Market Management)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Devi, R. 2018. Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Kerajinan Enceng Gondok “Akar”). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(5), 467–477.
- Dewi, S. 2014. *Strategi Pemasaran Untuk Keunggulan Bersaing*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Dhewanto, W., Indradewa, R., Ulfah, W. N., & Rahmawati, S. 2014. *Manajemen Inovasi untuk Usaha Kecil & Mikro*. Bandung: Alfabeta.
- Farhas, R. J., Samsir, S., & Restuti, S. 2016. Membangun Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi, Manajemen Pengetahuan dan Orientasi Pasar (Studi Pada Usaha Mikro Produk Makanan Khas Riau di Kota Pekanbaru Baru). *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 8(1), 165–179.
- Fatah, A. V. A. 2012. Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing (Survey pada UKM Batik Deden Tasikmalaya). *Jurnal Fakultas Ekonomi*, 5, 39–48.
- Febriatmoko, B., & Raharjo, S. T. 2015. Meningkatkan Kinerja Bisnis Melalui Keunggulan Bersaing Kuliner Khas Semarang (Studi Pada Sentra Usaha Mikro Lumpia, Bandeng Presto dan Wingko di Kota Semarang). *Conference In Business, Accounting, And Management (CBAM)*, 2(1), 139–144.
- Haryono, T., & Marniyati, S. 2017. Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 17(2), 51–68.
- Hasnatika, I. F., & Nurnida, I. 2018. Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM “Duren Kamu Pasti Kembali” di Kota Serang. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(3), 1–9.
- Jayaningrum, E., & Sanawiri, B. 2018. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Kuliner Kafe Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 54(1), 149–158.
- Kotler, P. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Liliyani, R. 2015. Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Kompetitif UKM Pada Koperasi Budi Tresna Desa Trusmi Kulon Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon. *Jurnal Studi Manajemen Dan Organisasi*, 1(3), 23–37.
- Mardiyanto, A. 2015. Pengaruh Orientasi Pasar dan Pembelajaran Organisasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 4(1), 48–58.
- Nurseto, S. 2015. Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Pada UKM Bidang Furniture di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1), 17–22.
- 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 Study Manajemen Dan Organisasi*, 2(1), 21–39.
- Rachmatullina'iya, A. (2017). Pengaruh Inovasi Produk , Kinerja Pemasaran dan Orientasi Pasar Terhadap

- Keunggulan Bersaing (Studi Pada Toko Roti Di Kabupaten Gresik). *Jurnal Manajerial*, 4(13), 94–99.
- Rinandiyana, L. R., Kurniawati, A., & Kurniawan, D. (2016). Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Melalui Pengembangan, Desain dan Kualitas Produk (Kasus Pada Industri Pakaian Muslim di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 105–113.
- Sherlin, I. (2016). Pengaruh Inovasi Produk dan Kinerja Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Benefita*, 1(3), 105–112.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhaeni, T. (2018). Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(1), 57–74.
- Supriyanto, A., Sukrina, H. R., & Abidin, M. Z. 2017. Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada UMKM Kopian Haji di Kabupaten Hulu Sungai Tengah). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 12(9), 26–33.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.