

# PENGARUH KINERJA USAHA TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA UKM SPOCCAT SEPATU CIBADUYUT KOTA BANDUNG

Feni Fadila<sup>1</sup>, Yuyun Yuniarti<sup>2</sup>

Ilmu Administrasi Bisnis FISIP Universitas Pasundan<sup>12)</sup>

[Fenifadila99@gmail.com](mailto:Fenifadila99@gmail.com)<sup>1)</sup>, [yuniarti\\_y@yahoo.com](mailto:yuniarti_y@yahoo.com)<sup>2</sup>

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kinerja Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing di UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut Kota Bandung”. UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut merupakan usaha yang bergerak dibidang *fashion* yang khususnya memproduksi sepatu kulit dengan berbagai jenis dan model. Tujuan dan kegunaan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kinerja usaha dan keunggulan bersaing pada UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut dan seberapa besar kinerja usaha dapat mempengaruhi keunggulan bersaing. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara terstruktur, observasi partisipan dan angket, sedangkan pengumpulan data sekunder dilakukan dengan studi kepustakaan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian bahwa kinerja usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut sebesar 82,3 %. Sisanya sebesar 17,7 % diberikan oleh faktor-faktor lain yang tidak teridentifikasi. Adapun nilai korelasi sebesar 0,907 masuk dalam kategori hubungan yang *sangat kuat*. Saran yang peneliti berikan adalah UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut diharapkan menambah pengetahuan dan kemampuan karyawan dengan selalu memberikan arahan, bimbingan, pelatihan kepada setiap karyawan agar lebih terampil dalam membuat suatu produk. Selain itu, usaha dapat meningkatkan daya saing pasar dengan mengikuti teknologi dalam memperkenalkan dan memasarkan produk.

**Kata Kunci:** Kinerja Usaha, Keunggulan Bersaing

## ABSTRACT

*This research intitled "The Influence of Business Performance on Competitive Advantages in UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut Bandung". UKM Spoccat Cibaduyut Sepatu is a business engaged in the fashion sector, which specifically produces leather Sepatu of various types and models. The purpose and use of this study is to determine how business performance and competitive advantage in UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut and how much business performance can affect competitive advantage. The research method used is descriptive analysis method. Primary data collection techniques are carried out by structured interviews, participant observation and questionnaires, while secondary data collection is carried out by literature study.*

*Based on the data obtained from the research results that business performance has a positive and significant effect on competitive advantage in the UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut amounting to 82.3%. The remaining 17.7% was given by other unidentified factors. The correlation value of 0.907 is included in the very strong relationship category.*

*The advice the researchers gave was UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut is expected to increase the knowledge and ability of employees by always providing direction, guidance, training to each employee to be more skilled in making a product. In addition, businesses can improve market competitiveness by following technology in introducing and marketing products.*

**Key words:** *Business Performance , Competitive Advantages*

## **A. Pendahuluan Latar Belakang Penelitian**

Hadirnya era globalisasi dan perdagangan secara bebas ditandai dengan semakin banyaknya berbagai produk dan jasa yang tersebar di masyarakat, menyebabkan persaingan bisnis semakin ketat pada berbagai perusahaan. Hal ini menyebabkan manajemen dalam suatu perusahaan dituntut untuk lebih cermat menyikapi dalam menentukan strategi bersaing.

Untuk menghadapi persaingan setiap pelaku usaha haruslah terus mempelajari dan mengamati keputusan yang tepat, sehingga dapat bertindak dengan efektif dalam mencapai tujuan yang diharapkan. Oleh karena itu, dibutuhkan penerapan strategi yang jitu dari suatu pelaku usaha dalam menghadapi persaingan. Dengan demikian, suatu usaha itu akan mampu bersaing dalam menjual produk yang berupa barang atau jasa yang dihasilkannya dalam mencapai tujuan dan sasaran suatu usaha tersebut.

Kebanyakan pemilik UMKM tidak memiliki pandangan dan pengetahuan yang luas, sehingga kurang berorientasi jangka panjang. Upaya untuk meningkatkan kinerjanya cenderung bersifat konvensional karena kurangnya pengetahuan dalam bidang manajemen. Dalam penentuan harga produk sering hanya berorientasi pada kondisi umum di lingkungan industrinya dan tenaga kerja jarang diperhitungkan. Dengan demikian, mereka sering keliru dalam mengukur produktivitas usaha yang pada akhirnya bermuara pada kinerja usaha.

Masalah yang sering dihadapi oleh para pelaku UMKM salah satunya mengenai keunggulan bersaingnya. Beberapa masalah tersebut apabila tidak ditangani maka akan berdampak pada kinerja UMKM. Maka dari itu, setiap perusahaan harus melakukan pengawasan pada kinerja usahanya. Hal ini sangat penting dilakukan walaupun proses kegiatan usaha telah direncanakan dan dilaksanakan dengan baik,

karena pada kenyataannya tetap saja dapat terjadi kekurangan pada proses kinerja usaha yang tidak sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Kesalahan tersebut bisa yang disebabkan oleh manusia, mesin, bahan baku, cara kerja dan lingkungan kerja.

Kinerja merupakan ukuran keberhasilan sebuah entitas usaha dalam mencapai tujuannya. Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi pada ekonomi. Dengan demikian, kinerja adalah tentang melakukan pekerjaan, hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut dan tentang apa yang dikerjakan serta bagaimana cara mengerjakannya. Setiap perusahaan yang sukses dan mampu bertahan pasti memiliki program mengenai kinerja usaha, karena melalui kinerja usaha yang baik dapat secara efektif mengeliminasi pemborosan dan meningkatkan kemampuan bersaing usahanya.

Pelaku bisnis yang dapat melakukan persaingan dengan baik, maka telah mencapai keunggulan bersaingnya. Keunggulan bersaing merupakan hal yang terpenting dari

kinerja perusahaan di dalam pasar yang bersaing. Pentingnya keunggulan bersaing saat ini pastilah lebih besar, dan bagaimana sebuah usaha benarbenar menerapkan strategi yang ada ke dalam sebuah praktek.

Seperti halnya di sentra sepatu kulit Cibaduyut, Pengusaha-pengusaha sepatu kulit bersaing mengembangkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan sesuai dengan selera para konsumen, dimana sekarang ini konsumen menuntut ditingkatkannya kualitas yang tinggi dari suatu produk. Hal ini menyebabkan adanya persaingan di dunia industri sepatu kulit yang semakin kompetitif yang mengharuskan setiap pelaku usaha untuk bisa mempertahankan usahanya baik dengan kebijakan-kebijakan yang tepat dan sesuai dengan tujuan perusahaan sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lain atau dengan kreatifitas yang mampu membuat perusahaan menjadi lebih baik di mata konsumen di bandingkan perusahaan lain.

Salah satu usaha pengrajin sepatu kulit di Cibaduyut yaitu UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut. UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut tidak mau kalah dalam persaingan produk

sepatu berbahan kulit, salah satu jenis sepatu kulit yang diproduksi di UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut yaitu sepatu jenis Boat Shoe. Sepatu jenis Boat Shoe ini adalah salah satu jenis sepatu yang banyak peminatnya dipasaran.

Akan tetapi banyak juga pesaing produsen sepatu jenis Boat Shoe yang memasarkan produknya dengan inovasi dan kualitas yang berbeda serta harga yang lebih rendah. Oleh sebab itu, usaha Spoccat Sepatu ini terus mengembangkan usahanya untuk tetap menjaga eksistensinya di perindustrian sepatu dalam negeri.

Persaingan industri sepatu kulit saat ini cukup ketat disebabkan oleh banyaknya produk sepatu impor yang terus memasuki pasar terutama produk dari perdagangan bebas yang menawarkan produknya dengan harga yang murah, ditambah lagi dengan muncul merek merek sepatu baru yang menawarkan desain yang sangat menarik. Hal ini menyebabkan usaha sepatu kulit harus mampu bersaing dalam merebutkan pangsa pasar.

Hal tersebut ditunjukkan dengan pemilihan bahan baku yang berkualitas baik serta model yang terus diperbaharui dan juga harga yang bersaing. Jika hal tersebut tidak

dilakukan dengan baik, bukan tidak mungkin konsumen akan merasa kecewa dan timbul ketidak puasan terhadap produk sehingga akan kalah bersaing dari usaha sepatu kulit lain yang mampu menghasilkan produk yang lebih baik.

Persaingan yang semakin kompetitif serta konsumen yang semakin kritis dalam memilih sepatu, menuntut UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut untuk lebih unggul dalam menjual produk produknya. Hal itu dapat dikatakan UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut harus mampu menawarkan produk baru yang jauh lebih baik dibandingkan dengan para pesaingnya. Kepercayaan yang diberikan oleh konsumen terhadap sepatu yang dihasilkan oleh UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut, memiliki nilai tambah yang diberikan berupa pelayanan yang sangat ramah yang dapat memuaskan konsumennya.

Agar UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut dapat lebih memuaskan konsumen dan meningkatkan hasil penjualannya maka UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut harus melakukan pengembangan dan pengendalian produk yang ditawarkannya karena inovasi dan penambahan nilai dan

manfaat produk merupakan salah satu unsur yang sangat penting dalam memenangkan keunggulan bersaing.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan tentang kinerja usaha dan keunggulan bersaing pada UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut Kota Bandung terbilang masih rendah. Hal ini ditunjukkan dengan beberapa masalah sebagai berikut :

#### 1) Inovasi Produk

Pada UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut tidak membuat inovasi produk sendiri, tetapi hanya memproduksi sesuai dengan keinginan pemasar atau hanya menerima Job order. Hal ini membuktikan bahwa di UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut belum dapat memproduksi dan memiliki merk sepatu sendiri yang berdaya saing. Selain itu, pada UKM Spoccat Sepatu masih menggunakan alat yang sederhana dengan pengetahuan pengrajin yang latar belakang pendidikan terbilang masih rendah, meskipun mereka sudah cukup berpengalaman dalam

membuat sepatu. Dengan demikian, produk sepatu yang dihasilkan sulit berkembang dan belum optimal terutama dalam hal desain yang menyangkut perkembangan mode dan inovasi yang up to date saat ini, sehingga tidak bisa bersaing dengan produk yang lain.

Hal tersebut disebabkan oleh kurangnya kinerja usaha yang terlihat dari beberapa hal, antara lain :

#### 1) Pertumbuhan Kualitas Tenaga Kerja

UKM Spoccat Sepatu dalam mengelola sumber daya manusia masih belum optimal dan belum professional bahkan masih bersifat tradisional yaitu dengan mengandalkan pegawai yang ada di masyarakat sekitarnya. Selain itu, pengadaan pegawai tidak melalui seleksi atau proses rekrutment yang jelas dan lebih menekankan pada sistem pesaudaraan. Kenyataan seperti ini menyebabkan produk yang dihasilkan kurang optimal sehingga tidak bisa menghasilkan sebuah inovasi

dan konfigurasi yang berbeda yang dapat menyebabkan tidak bisa berdaya saing dengan produk sepatu lainnya.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh kinerja usaha dapat mempengaruhi Keunggulan Bersaing sehingga dilakukan penelitian yang berhubungan dengan hal tersebut, yang akan dituangkan dalam bentuk Skripsi dengan judul “Pengaruh Kinerja Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut”.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan pokok dalam penelitian ini diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan kinerja usaha yang dilakukan oleh UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut Kota Bandung ?
2. Bagaimana keunggulan bersaing pada UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut Kota Bandung ?
3. Seberapa besar pengaruh kinerja usaha terhadap keunggulan bersaing pada UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut Kota Bandung ?

4. Apa saja hambatan hambatan yang dihadapi di UKM Spoccat Sepatu dalam pelaksanaan kinerja usaha untuk meningkatkan keunggulan bersaing?
5. Apa saja usaha usaha yang dilakukan UKM Spoccat Sepatu untuk menghadapi hambatan hambatan dalam pelaksanaan kinerja usaha untuk meningkatkan keunggulan bersaing?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Mengetahui bagaimana pelaksanaan dan gambaran kinerja usaha pada Usaha Spoccat Sepatu Cibaduyut.
2. Mengetahui bagaimana keunggulan bersaing pada Usaha Spoccat Sepatu Cibaduyut.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh kinerja usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada Usaha Spoccat Sepatu Cibaduyut.
4. Mengetahui apa saja hambatan yang mempengaruhi kinerja usaha pada Usaha Spoccat Sepatu Cibaduyut.

5. Mengetahui apa saja usaha yang dilakukan UKM Spoccat Sepatu untuk menghadapi hambatan hambatan dalam pelaksanaan kinerja usaha untuk meningkatkan keunggulan bersaing.

## **B. Tinjauan Pustaka Konsep Pemasaran**

Menurut Triyanto (2015) Pemasaran merupakan pendekatan pokok yang digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang di dalamnya tercantum keputusan-keputusan mengenai target pasar, penempatan produk, bauran pemasaran, serta tingkat biaya pemasaran yang diperlukan.

Menurut *UK Chartered Institute of Marketing* yang dikutip oleh Fandy Tjiptono dan Anastasia, 2016:3

Pemasaran adalah proses manajemen yang mengidentifikasi, mengantisipasi, dan menyediakan apa yang dikehendaki pelanggan secara efisien dan menguntungkan.

Menurut Saleh & Said (2019) Pemasaran merupakan kegiatan yang dibutuhkan suatu usaha yang dilakukan oleh seorang manajer produk untuk merealisasikan misi perusahaan, menjalankan tujuan

perusahaan, dan meningkatkan pemasukan keuangan serta menemukan kelompok pecinta produk dan memenuhi kebutuhan mereka oleh penawaran pasar.

Berdasarkan definisi definisi menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu rangkaian proses yang terdiri dari program program yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, dan mendistribusikan dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

## **Konsep Kinerja Usaha**

Kinerja usaha telah banyak mengalami perkembangan dari konsep-konsep yang sifatnya konvensional sampai dengan konsep yang dianggap lebih modern, dan mempunyai kemampuan lebih baik dalam mengukur kinerja sebuah usaha. Oleh karena itu, berbagai pihak yang berkepentingan dengan perusahaan dapat melakukan evaluasi atau penilaian terhadap kinerja usaha sesuai dengan kepentingannya masing-masing investor dan calon investor sangat berkepentingan untuk mengetahui kinerja usaha, berkenaan

dengan investasi yang telah mereka lakukan dengan prospeknya dimasa depan.

Kinerja adalah hasil yang diperoleh satu organisasi baik organisasi atau perusahaan tersebut yang bersifat profit oriented atau non profit oriented yang dihasilkan selama periode waktu.

Kinerja merupakan sesuatu yang penting bagi perusahaan, khususnya kinerja pengusaha yang akan membawa perusahaan pada pencapaian tujuan yang diharapkan karena baik atau buruknya kinerja pengusaha dapat berpengaruh pada baik buruknya kinerja perusahaan.

Menurut Less dan Tsang yang dikutip oleh Theo Suhardi (2012:97) Kinerja usaha merupakan seperangkat hasil yang dicapai dan merujuk pada tindakan pencapaian serta suatu pelaksanaan pekerjaan yang diminta.

Menurut Romansyah (2015: 14) Pengertian kinerja usaha adalah hasil kerja yang dicapai perusahaan, baik dalam hal kualitas maupun kuantitas dalam kurun waktu tertentu.

Menurut Moh. Pandu Tika (2014:121) Kinerja usaha adalah hasilhasil fungsi pekerjaan atau kegiatan seseorang atau kelompok

dalam suatu organisasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan organisasi dalam periode waktu tertentu.

Menurut Less dan Tsang yang dikutip oleh Theo Suhardi (2012:97) dimensi kinerja usaha terdiri dari 5, yaitu : 1) Pertumbuhan Penjualan

#### Pertumbuhan

penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang, pertumbuhan atas penjualan merupakan dimensi penting penerimaan dasar dari produk dan jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan mencakup empat persepektif yaitu: sarana promosi, target penjualan, target pasar, dan kualitas produk. 2)

#### Pertumbuhan Modal

#### Pertumbuhan

modal (capital growth) mengacu peningkatan nilai modal yang diinvestasikan. Peningkatan nilai ini terjadi kenaikan harga pasar, kadangkadang disebut dengan harga saat ini dari aset. Juga disebut apresiasi modal atau apresiasi aset.

### 3) Pertumbuhan Kualitas Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah penduduk yang sudah atau sedang bekerja, yang sedang mencari pekerjaan, dan yang melaksanakan kegiatan lain seperti bersekolah dan mengurus rumah tangga. Secara praksis pengertian tenaga kerja dan bukan tenaga kerja menurut dia hanya dibedakan oleh batas umur, penguatan tenaga kerja Indonesia (sumber daya manusia mengacu pada pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan seorang karyawan). Kualitas sumber daya manusia lokal dapat ditingkatkan melalui peningkatan kualitas pendidikan dan Bimbingan Pelatihan pada setiap usaha.

### 4) Pertumbuhan Pasar

Dalam urusan bisnis skala besar atau perusahaan, tentu tidak bisa lepas dari adanya riset pasar atau dalam bahasa Inggris disebut dengan market research. Riset ini selalu menjadi hal yang penting, karena hasil dari riset pasar nantinya akan membantu perusahaan untuk menentukan strategi apa yang akan dilakukan, dalam pemasaran produk yang akan dijual. Hal itu juga menjadi salah satu tujuan riset pasar di dalam sebuah bisnis atau perusahaan

tertentu. Apabila riset pasar ini dapat dilakukan dengan baik maka hasilnya akan memberi dampak yang positif juga, terutama untuk pertumbuhan usaha dan profit bisnis yang dimiliki. Para pelaku bisnis harus memahami bagaimana cara melakukan riset pasar tersebut, jika ingin bisnisnya berjalan dengan lancar dan produknya disukai oleh masyarakat luas. 5) Pertumbuhan Laba Pertumbuhan keuntungan usaha merupakan hal penting penerimaan pasar dari produk dan jasa perusahaan tersebut, pertumbuhan keuntungan usaha yang konsisten dianggap penting bagi perusahaan yang dijual ke publik melalui saham untuk menarik investor.

Pertumbuhan keuntungan usaha dapat diukur melalui aset perusahaan, profitabilitas dan produktivitas tenaga kerja. Kinerja usaha didefinisikan sebagai hasil akhir atau outcome yang dihasilkan dalam kurun waktu tertentu seperti pertumbuhan penjualan yang diukur berdasarkan empat persepektif yaitu: sarana promosi, target penjualan, target pasar, dan kualitas produk. Dan pertumbuhan keuntungan usaha yang diukur melalui aset perusahaan,

profitabilitas dan produktivitas tenaga kerja.

### **Konsep Keunggulan Bersaing**

Lingkungan di dalam maupun di luar perusahaan berubah dengan sangat cepat dan sering kali tidak bisa dikendalikan oleh perusahaan. Perubahan tersebut bisa terjadi dengan berkembangnya keadaan sehingga semua pekerjaan menjadi semakin kompleks. Perubahan bisa juga terjadi di lingkungan eksternal perusahaan yang di antara lain disebabkan oleh perubahan selera konsumen, perubahan tingkat perekonomian, perubahan teknologi dan perubahan peraturan pemerintah. Untuk dapat bertahan di lingkungan yang sangat dinamis tersebut, maka perusahaan harus memiliki kemampuan dalam keunggulan bersaing.

Menurut Maun Jamaludin (2019:91) Keunggulan bersaing (competitive advantage) adalah menciptakan sistem yang mempunyai keunggulan unik atas pesaing lain dengan menciptakan nilai pelanggan (customer value) dengan cara efisien dan langgeng”.

Menurut Sunyoto (2015:1)

Keunggulan bersaing adalah kemampuan yang dapat diukur dengan mengembangkan produk secara special dan lebih menguntungkan dibanding para pesaingnya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) Keunggulan bersaing adalah keunggulan melebihi pesaing yang diraih dengan menawarkan nilai yang lebih besar kepada konsumen, baik melalui harga yang lebih rendah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang sesuai dengan harga yang lebih mahal.

Dari beberapa pengertian keunggulan bersaing tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu produk barang atau jasa dalam memberikan nilai yang potensial dan dapat menciptakan manfaat bagi konsumen dan tidak dapat ditiru oleh pesaing.

Menurut Sunyoto (2015:3) terdapat lima dimensi atau indikator yang dapat digunakan untuk menentukan keunggulan bersaing. Kelima dimensi tersebut antara lain : 1) Harga

Perusahaan dapat melawan kompetitor dengan menetapkan harga yang lebih murah, atau menekan biaya

serendah mungkin. Keunggulan daya saing dapat diperoleh apabila setiap perusahaan memiliki kemampuan untuk menyajikan setiap proses dalam operasi bisnisnya secara lebih baik dalam menghasilkan barang dan jasa yang mempunyai kualitas tinggi dengan harga yang bersaing. Sehingga produk yang dihasilkan mampu bersaing baik dari sisi kualitas, harga, penyerahan produk, dan fleksibilitas dibandingkan pesaingnya di pasar

#### 2) Kualitas

Kualitas adalah faktor faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil yang dimaksudkan atau dibutuhkan. Perusahaan harus benar benar memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan. Kualitas dapat digunakan sebagai alat strategis untuk mencapai keunggulan bersaing.

3) Pengiriman yang dapat diandalkan Waktu pengiriman dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif perusahaan, saat perusahaan tersebut mampu untuk mengurangi waktu pengiriman pesanan

konsumen atau mengurangi waktu penyediaan jasa kepada konsumen. Selain waktu pengiriman, dalam dimensi *delivery dependability* ini juga mengukur tentang ketepatan jadwal pengiriman, dan sesuai perjanjian dengan konsumen. 4)

#### Inovasi produk

Inovasi produk merupakan penciptaan produk baru yang dihasilkan perusahaan sebagai wujud peningkatan mutu atau kualitas (baik dari segi bahan baku, bentuk fisik ataupun kemampuan yang berupa pengenalan produk baru dan mengonsept ulang barang yang dihasilkan perusahaan (Wawan Dhewanto, 2015:105). Inovasi tidak hanya diukur berdasarkan seberapa besar perubahan yang dibuat terhadap produk, namun ukuran sebuah inovasi juga berdasarkan seberapa besar terpenuhinya kebutuhan para penggunanya.

5) *Time to market* Bagi perusahaan yang menangani produk-produk inovatif, kecepatan meluncurkan rancangan-rancangan yang baru sangatlah penting. *Time to market* adalah waktu antara gagasan perancangan produk baru dimulai sampai produk tersebut dipasarkan.

Sebagaimana kita ketahui, proses merancang produk baru harus melalui berbagai fase kegiatan dan masing-masing kegiatan tersebut tentunya memakan waktu dan biaya. Kecepatan untuk meluncurkan produk ke pasar menciptakan kesempatan bagi perusahaan untuk mencapai pangsa pasar, kepemimpinan pasar, dan laba. *Time to market* adalah sejauh mana sebuah perusahaan mampu untuk meluncurkan produk baru lebih cepat dari pesaingnya.

### C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif analisis, yang mana metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan yang ada pada perusahaan berdasarkan fakta dan data baik primer maupun sekunder kemudian dikumpulkan dan dibuat analisa pemecahan masalah yang disusun secara sistematis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-analisis. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada para karyawan UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut Kota Bandung dan dengan

studi pustaka. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non-probability sampling* dengan jenis sampel jenuh dengan jumlah responden sebanyak 18 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien, analisis determinasi.

### D. Hasil Penelitian Uji Validitas

Berikut ini merupakan hasil uji validitas variabel kinerja usaha :

**Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Usaha (X)**

Item	r	r tabel	Keputusan
1	0,677	0,444	Valid
2	0,637	0,444	Valid
3	0,508	0,444	Valid
4	0,651	0,444	Valid
5	0,551	0,444	Valid
6	0,727	0,444	Valid
7	0,516	0,444	Valid
8	0,493	0,444	Valid
9	0,527	0,444	Valid
10	0,500	0,444	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data

2021

Berdasarkan tabel diatas diperoleh gambaran bahwa uji instrumen untuk variabel kinerja usaha, memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel 0,444 maka data responden pada variabel x

(kinerja usaha) yang didapat dilapangan dapat dinyatakan valid dan dimasukkan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel Keunggulan Bersaing (Y) Item r r			
Keputusan tabel n			
1	0,543	0,444	Valid
2	0,604	0,444	Valid
3	0,545	0,444	Valid
	0,516	0,444	Valid
5	0,728	0,444	Valid
6	0,829	0,444	Valid
7	0,601	0,444	Valid
8	0,747	0,444	Valid
9	0,615	0,444	Valid
10	0,601	0,444	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2021

Berdasarkan tabel diatas diperoleh gambaran bahwa uji instrumen untuk variabel keunggulan bersaing, memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel 0,444 maka data responden pada variabel Y (keunggulan bersaing) yang didapat dilapangan dapat dinyatakan valid dan dapat diidentifikasi oleh sepuluh item pertanyaan valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini menggunakan metode *Cronbach Alpha*, pada variabel kinerja usaha lebih besar daripada 0,6 (  $0,787 > 0,6$  ) dan variabel keunggulan

bersaing lebih besar daripada 0,6 (  $0,756 > 0,6$  ) maka pernyataan pada variabel kinerja usaha dan keunggulan bersaing dapat dikatakan cukup reliabel yaitu:

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas			
No	Variabel Penelitian	Nilai Reliabel	Keterangan
1	Kinerja usaha (X)	0,787	Cukup Reliabel
2	Keunggulan bersaing (Y)	0,756	Cukup Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2021

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan pertanyaan pada setiap variabel yang dapat dilihat hasilnya adalah nilai Cronbah's Alpha pada variabel kinerja usaha lebih besar daripada 0,6 (  $0,787 > 0,6$  ) dan variabel keunggulan bersaing lebih besar daripada 0,6 (  $0,756 > 0,6$  ) maka pernyataan pada variabel kinerja usaha dan keunggulan bersaing dapat dikatakan cukup reliabel atau konsisten dan stabil dari waktu ke waktu.

### Koefisien Korelasi X dan Y

Secara statistik untuk mencari nilai seberapa besar hubungan antara variabel X dan Y ini dicari dengan menggunakan rumus Korelasi

Pearson, di mana alat analisis ini dipilih berdasarkan bentuk data yang akan diolah sudah dalam bentuk skala pengukuran interval. Hasil perhitungan Korelasi Pearson dengan program SPSS versi 21.00 dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4 Koefisien Korelasi X dan Y**

Correlations		kinerja usaha	keunggulan bersaing
kinerja usaha	Pearson Correlation	1	.907**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	18	18
keunggulan bersaing	Pearson Correlation	.907**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	18	18

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

*Sumber* : Hasil Pengolahan Data SPSS 2021

Dari hasil analisis diatas diperoleh nilai korelasi atau hubungan antara Kinerja usaha dan keunggulan bersaing sebesar 0,907 sesuai dengan pedoman interpretasi koefisien korelasi maka angka korelasi sebesar 0,907 tersebut masuk dalam kategori hubungan yang sangat kuat, sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan antara kinerja usaha dengan keunggulan bersaing mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat dan searah.

### Uji Signifikansi Hubungan (Uji t)

Berikut ini merupakan hasil uji t hubungan variabel kinerja usaha dan keunggulan bersaing :

$$t > rP n > 2$$

$$\frac{\sqrt{1 - r^2}}{\sqrt{1 - r^2}} = 8600$$

*Sumber* : Hasil Pengolahan Data SPSS 2021

Dari perhitungan data diatas maka dapat disimpulkan nilai thitung yang didapat adalah 8,600 dengan mengambil nilai  $\alpha = 0.05$  dan  $dk = 18 - 2 = 16$  maka didapat nilai ttabel = 2,021, karena t hitung > ttabel 8,600 > 2,021. Dapat diambil kesimpulan bahwa kinerja usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing karena nilai t hitung > t tabel 8,600 > 2,021 dan nilai Signifikan lebih kecil dari 0,05 sehingga Ho ditolak dan Ha diterima. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa kinerja usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut.

### Analisis Regresi Linier Sederhana

Dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 18.0 didapat output sebagai berikut :

**Tabel 5 Regresi Linier Sederhana**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.555	4.543		1.003	.331
kinerja usaha	.888	.103	.907	8.640	.000

a. Dependent Variable: keunggulan bersaing

*Sumber* : Hasil Pengolahan Data SPSS 2021

Maka Persamaan Regresinya adalah

$$Y = 4,555 + 0,888 X + e$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa konstanta sebesar 4,555 yang berarti bahwa nilai konsisten variabel keunggulan bersaing mempunyai arah sebesar 4,555 koefisien korelasi X sebesar 0,888 yang menyatakan bahwa apabila terjadi kenaikan 1% nilai kinerja usaha maka nilai keunggulan bersaing akan bertambah sebesar 0,888 dan berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh dari tabel diatas sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kinerja usaha (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing (Y).

### Analisis Koefisien Determinasi

Perhitungannya koefisien determinasi diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi yang telah ditemukan. Berikut ini merupakan tabel hasil analisis koefisien determinasi :

**Tabel 6 Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.907 <sup>a</sup>	.823	.812	1.64063

a. Predictors: (Constant), kinerja usaha

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 2021

$$KD = r_p^2$$

$$= 0,907 \times 0,907$$

$$= 0,823$$

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi R sebesar 0,823. Nilai adjusted R square yang merupakan koefisien determinasinya adalah 0,812. Dengan demikian, pengaruh variabel kinerja usaha terhadap variabel keunggulan bersaing adalah sebesar 82,3 %. sisanya, sebesar 17,7 % variabel keunggulan bersaing diberikan oleh faktor-faktor lain yang tidak teridentifikasi.

### Pengujian Hipotesis

Untuk melihat pengaruh (X) terhadap (Y), maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

“Terdapat Pengaruh Kinerja usaha terhadap keunggulan bersaing”,

$H_0 : \beta_i = 0$  ; artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara Kinerja usaha terhadap keunggulan bersaing

$H_1 : \beta_i \neq 0$  ; artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Kinerja usaha terhadap keunggulan bersaing  
Statistik uji yang digunakan adalah statistik uji t dengan :

$$t = \frac{b_1}{s_1} = 0,888/0.103 = 8,640$$

Dengan mengambil nilai  $\alpha = 0.05$  dan  $dk = 18-2 = 16$  maka didapat nilai  $t_{0.05;16} = 2,021$  karena nilai  $t$  hitung  $> t_{tabel}$ , ( $8,640 > 2,021$ ) maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya kinerja usaha memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.

## E. Kesimpulan Dan Saran

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian, penulis memperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Pelaksanaan kinerja usaha di UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut berdasarkan hasil penelitian menunjukan hasil yang sudah sangat baik. Hal ini ditandai karyawan menilai bahwa pada pertumbuhan modal, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan kualitas tenaga kerja, pertumbuhan pasar dan pertumbuhan laba sudah tergolong tinggi dan masuk dalam kategori baik.
- 2) Pelaksanaan keunggulan bersaing di UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut berdasarkan hasil penelitian menunjukkan hasil sudah sangat baik. Hal ini ditandai karyawan menilai bahwa pada harga, kualitas, pengiriman yang dapat diandalkan, inovasi produk dan time to market sudah tergolong tinggi dan masuk dalam kategori baik.
- 3) Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti bahwa dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya kinerja usaha memberikan pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa kinerja usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut.
- 4) Dalam pelaksanaan kinerja usaha terdapat hambatan hambatan yang dihadapi antara lain : Kurangnya kemampuan manajerial, Inovasi yang tidak didukung dengan kompetensi sumber daya manusia yang ada, Tingkat teknologi rendah dan Keterampilan beroperasi dalam mengorganisir permasalahan dan terbatasnya pemasaran.
- 5) Usaha usaha yang dilakukan dalam mengatasi hambatan hambatan tersebut, antara lain :

UKM Spoccat Sepatu harus konstan mencari peluang, Membuat jangkauan pasar dengan media sosial seperti membuat toko online di berbagai e-commerce, Membuat anggaran pemasaran, menganalisis kompetisi, membudidayakan pertumbuhan dan perkembangan kualitas tenaga kerja, membuat dan mengelola catatan keuangan dengan baik, membuat merk sendiri dan selalu memperbaharui produk.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan dari hasil penelitian, maka penulis dapat memberikan saran untuk menyempurnakan penelitian ini dan yang akan datang, sebagai berikut :

- 1) Dari hasil penelitian diketahui bahwa kinerja usaha memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing, maka UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut diharapkan bisa menjadikan hasil penelitian ini sebagai salah satu acuan dalam melakukan keputusan terkait masalah tingkat kinerja usaha dalam meningkatkan daya saing.

- 2) UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut sebaiknya menambah pengetahuan dan kemampuan karyawan dengan selalu memberikan arahan, bimbingan, pelatihan kepada setiap karyawan agar lebih terampil dalam membuat suatu produk. Selain itu, usaha dapat meningkatkan daya saing pasar dengan mengikuti teknologi dalam memperkenalkan dan memasarkan produk.
- 3) Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka peneliti perlu memberikan saran bagi peneliti selanjutnya yang diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan dalam melakukan penelitian selanjutnya mengenai pengaruh kinerja usaha terhadap keunggulan bersaing dengan lebih sempurna lagi. Karena dalam penelitian ini, peneliti masih merasa banyak kekurangan yang harus diperbaiki.

### **Daftar Pustaka**

#### **Literatur Buku :**

Assauri, Sofjan. (2004). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta:

- Lembaga Penerbit  
Fakultas  
Ekonomi Universitas Indonesia
- Assauri, Sofjan. (2008). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi Revisi. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Assauri, Sofjan. (2016). *Manajemen Operasi Produksi (Pencapaian Sasaran Organisasi Berkesinambungan)*. Edisi 3. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Dharma, Surya. (2010). *Manajemen Kinerja*. Yogyakarta: Pustaka P
- Dhewanto, Wawan. Dkk. (2015). *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil & Mikro*. Bandung : Alfabeta.
- Harbani, Pasolong. (2013). *Kepemimpinan Birokrasi*. Bandung: CV. Alfabeta Heizer,
- Jay dan Barry Render. (2015). *Operations Management (Manajemen Operasi)*, ed.11, Penerjemah: Dwi anoegrah wati S dan Indra Almahdy. Jakarta: Salemba empat.
- Jamaludin, Maun. (2019). *Manajemen Operasi*. Bandung: CV.Kencana Utama
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Schermerhorn, John R. (2011). *Introduction Management, 11th ed*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan ke-15. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto. (2001). *Pengaruh Tingkat kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Renika Cipata
- Theo, Suhardi. (2012). *Entrepreneurship*. Bandung: UNPAD PRESS.
- Tika, Moh. Pandu. (2014). *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. (2015). *Keunggulan Bersaing*. Jakarta: PT.Buku Seru.
- Sutisna, Tjahjo Widjaya. (1995). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Cetakan 3. Bandung: PT. Remaja Posdakarya.
- Tjiptono, Fandy dan Diana Anastasia. (2016). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

#### Literatur Jurnal :

Ahmad dan Yohana. (2012). Pengaruh Kompetensi SDM, Kualitas Informasi Keuangan dan Locus of Control terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal STIE Bank BPD Jateng*.

Dharma T Ediraras. (2010). Akuntansi dan Kinerja UMKM. Skripsi. *Jurnal*

- Ekonomi Dan Bisnis Universitas Gunadarma.*
- Fatimah H, Imas dan Ida Nurdida. (2018). "Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM Duren Kamu Pasti Kembali di Kota Serang". *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* Vol.4, No.3, Desember 2018 ISSN 2460-821
- Goso. (2015). Paradigma Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Makalah Paradigma Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*.
- Hery dan Domy. (2012). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kota Madiun. *Jurnal Ekomaks Universitas Merdeka Madiun.*
- Minuzu, Musran. (2010). Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Universitas Hasanuddin.*
- Moerdiyanti. (2010). Pengaruh Tingkat Pendidikan Manajer terhadap Kinerja Perusahaan Go Public (Kasus BEI). *Cakrawala Pendidikan. ISSN: 0216- 1370.*
- Muharam, D. R. (2017). PENERAPAN KONSEP RESOURCES-BASED VIEW (RBV) DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN KEUNGGULAN BERSAING PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi.*  
<https://doi.org/10.31113/jia.v14i1.4>
- Romansyah, M. (2015). Aplikasi Sistem Pelacakan Kinerja Pengiriman Pada Truk Pengangkut Barang Berbasis Android (Doctoral dissertation). *Jurnal Universitas Muhammadiyah Surakarta).*
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. In *Strategi Marketing mix*. Sugiyarti, Gita dan Aris Mardiyono.
- (2017). "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Produk Busana Muslim Pada Usaha Kecil Menengah Di Kota Semarang". *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNTAG Semarang ISBN : 978-602- 14119-2-6*
- Trihudiyatmanto, M. (2019). "Pengembangan Kompetensi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing UMKM (Studi Empirik Pada UMKM Pande Besi di Wonosobo)". *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)* Vol. 2, No. 1, Februari 2019 p-ISSN : 2622-8394 | e ISSN : 2622-8122
- Triyanto, W. A. (2015). ALGORITMA K-MEDOIDS UNTUK PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK. *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer.*  
<https://doi.org/10.24176/simet.v6i1.254>