

# Keunggulan Bersaing Produk Batik dengan Determinasi Inovasi Produk dan Orientasi Pasar (Survei pada Pasar Batik Trusmi Cirebon)

*By* Lucky Hikmat Maulana

**Keunggulan Bersaing Produk Batik  
dengan Determinasi Inovasi Produk dan Orientasi Pasar  
(Survei pada Pasar Batik Trusmi Cirebon)**

**Author<sup>1</sup>, Author<sup>2</sup>**

**5 Nopi Anggi Sapitri<sup>1</sup>, Lucky Hikmat Maulana<sup>2</sup>, Irwan Ch.<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda, Indonesia

<sup>2</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda, Indonesia

<sup>3</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda, Indonesia

21

E-mail address [nopianggisapitri25@gmail.com](mailto:nopianggisapitri25@gmail.com); <sup>2</sup> E-mail address [lucky.hikmat.m@unida.ac.id](mailto:lucky.hikmat.m@unida.ac.id); <sup>3</sup> E-mail address [irwan.ch@unida.ac.id](mailto:irwan.ch@unida.ac.id)

30

**Abstract**

**Background** - Batik merupakan identitas dari budaya Indonesia yang memiliki keunikan dan ciri khas sebagai pembeda antara negara Indonesia dengan negara lain. Persaingan yang semakin kompetitif menuntut setiap perusahaan agar dapat memiliki keunggulan kompetitif, sehingga perusahaan dapat memenangkan persaingan di dalam pasar. Inovasi dan orientasi pasar merupakan inti dari strategi kapabilitas dari bisnis yang berbasis pasar.

**Purpose** – Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing pada pasar batik Trusmi Cirebon

**Design/methodology/approach** – Kuesioner didistribusikan kepada 57 responden dengan menggunakan teknik simple random sampling, setelah dilakukan uji validitas, reliabilitas dan asumsi klasik. Desain penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dan verifikatif. Metode analisis data digunakan analisis regresi linear berganda, korelasi dan determinasi, serta dilakukan pengujian hipotesis

**Findings** – Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk dan orientasi pasar secara simultan maupun parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing di pasar batik Trusmi Cirebon.

**Research limitations**– Keunggulan bersaing produk batik di Pasar Batik Trusmi Cirebon didasarkan pada inovasi produk dan orientasi pasar.

**Originality/value** – Rata-rata pelaku usaha di Pasar Batik Trusmi memiliki keunggulan bersaing yang baik, karena kondisi pelaku usaha pada inovasi produk dan orientasi pasar dalam kategori baik.

Keywords: Keunggulan bersaing, inovasi produk, orientasi pasar

## I. INTRODUCTION

Era globalisasi memberikan kebebasan dalam melakukan perdagangan, sehingga hal ini merupakan sesuatu yang harus dihadapi oleh bangsa Indonesia. Dalam menghadapi perdagangan bebas setiap perusahaan harus terus meningkatkan produk barang maupun jasa. Setelah melewati *Asean China Free Trade Area (ACFTA)* tahun 2010, kemudian pada tahun 2015 berlakunya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) menjadi tantangan bagi kalangan perindustrian Indonesia. Hal ini jika didukung dengan adanya produktivitas tinggi yang dimiliki negara Indonesia. Selain itu juga negara Indonesia kaya akan sumber daya alam potensial sehingga dapat meningkatkan produk domestik bruto.

Tingginya tingkat persaingan dalam bisnis tidak hanya dialami oleh industri-industri besar saja, melainkan industri kecil dan menengah juga yang ada di Indonesia ikut merasakannya. Adanya persaingan membuat perusahaan dihadapkan dengan berbagai peluang dan ancaman, baik dari dalam maupun luar negeri. Salah satu industri yang terkena dampak dalam persaingan yaitu industri batik.

Batik merupakan identitas dari budaya Indonesia yang memiliki keunikan dan ciri khas sebagai pembeda antara negara Indonesia dengan negara lain. Indonesia memiliki berbagai macam motif batik dan memiliki estetika yang membuatnya unik dengan cirinya tersendiri. Karena batik merupakan ciri khas budaya nusantara Indonesia, maka pada tanggal 2 Oktober 2009 batik ditetapkan oleh UNESCO sebagai warisan milik Indonesia dan pada tanggal 2 Oktober juga ditetapkannya hari batik nasional. Salah satu wilayah yang memiliki potensi dalam mengembangkan industri batik di Jawa Barat yaitu Kabupaten Cirebon.

Kabupaten Cirebon merupakan wilayah yang cukup besar dengan berbagai potensi dan perannya dalam andil perekonomian di Jawa Barat. Salah satu peran Kabupaten Cirebon dalam perekonomian adalah dalam industri batik. Komoditas batik di Kabupaten Cirebon masih banyak diminati oleh wisatawan dari luar maupun dari dalam. Karena tempat batik yang sangat strategis, banyak dilalui oleh berbagai daerah sehingga menjadi peluang besar untuk mengembangkan berbagai jenis batik di Kabupaten Cirebon.

Untuk semakin meningkatkan potensi industri batik, pemerintah Kabupaten Cirebon melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Cirebon bekerjasama dengan masyarakat yang memiliki kemampuan dalam membatik, dengan membuka pasar batik Trusmi Cirebon. Hal ini bertujuan untuk menampung para pengrajin batik agar dapat berjualan dengan layak. Namun keadaan di pasar batik tidak sama karena persaingan yang semakin ketat sehingga pada tahun-tahun berikutnya menurut Dinas Perindustrian dan Perdagangan kios di pasar batik Trusmi semakin sepi pembeli, sehingga pengrajin batik selalu mengeluhkan sepi pembeli dan selalu mengalami penurunan penjualan, akibatnya banyak kios tutup karena kalah saing dengan toko batik dari luar pasar. Persaingan yang semakin ketat sangat berpengaruh pada keadaan pasar batik Trusmi Cirebon. Fenomena ini dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Jumlah Toko dan Kios di Pasar Batik Trusmi Cirebon**

Tahun	Jumlah Toko dan Kios	Status Pasar		
		Buka	Buka/Tutup	Tutup
2017	226	63	113	50
2018	234	84	91	59
2019	224	66	65	93

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Cirebon, 2019 (data diolah)

Dari Tabel 1. di atas diketahui keadaan di pasar batik selalu mengalami naik turun jumlah toko dan kios, namun jumlah toko dan kios yang tutup selalu mengalami peningkatan yang signifikan. Pada tahun 2017 jumlah kios di pasar batik sebanyak 227 dengan keadaan toko dan kios yang tutup sebanyak 50 toko dan kios. Pada tahun 2018 jumlah toko dan kios mengalami peningkatan sebanyak 234 namun keadaan toko dan kios tutup sebanyak 56 toko dan kios. Kemudian di tahun 2019 jumlah toko dan kios mengalami penurunan kembali menjadi 224 dengan jumlah toko dan kios yang tutup semakin bertambah yaitu 93 toko dan kios. Permasalahan ini terjadi akibat minimnya inovasi produk dan orientasi pasar, sehingga terjadi rendahnya daya saing yang dihasilkan.

Kontribusi dari industri batik memberikan dampak positif bagi perekonomian. Perkembangan perekonomian Kabupaten Cirebon yang diukur dengan beberapa indikator ekonomi salah satunya adalah Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Cirebon cukup memberikan harapan terhadap peluang berinvestasi maupun memberikan dampak nilai tambah ekonomi terhadap masyarakat. Hal ini tercermin dari laju pertumbuhan ekonomi Kabupaten Cirebon selama lima tahun terakhir dari tahun 2014-2018 memperlihatkan pertumbuhan 24% atas rata-rata nasional yaitu pertumbuhan rata-rata 5,13% per tahun. Adapun pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. PDRB Kabupaten Cirebon Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2015-2018**

Tahun	Nilai(Rp dalam milyar)	Persentasi (%)	Perubahan (%)
2015	35,735	22.06%	-
2016	38,841	23.98%	1.92%
2017	41,919	25.88%	1.90%
2018	45,462	28.07%	2.19%
Total	161,957	100.00%	6.01%

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Cirebon, 2019

Dari Tabel 2. dapat dilihat bahwa bahwa nilai dari PDRB Kabupaten Cirebon tahun 2015-2018 selalu mengalami peningkatan dengan nilai total sebesar Rp16,195,669,000,- dengan perubahan total PDRB Kabupaten Cirebon atas dasar harga berlaku yaitu sebesar 6.01%, yang artinya bahwa nilai tambah atas barang dan jasa pada sektor industri memberikan kontribusi yang positif terhadap PDRB di Kabupaten Cirebon.

Persaingan yang semakin kompetitif menuntut setiap perusahaan agar dapat memiliki keunggulan kompetitif, sehingga perusahaan dapat memenangkan persaingan di dalam pasar. Setiap usaha yang memiliki keunggulan bersaing pasti akan memiliki kekuatan untuk bertahan dalam pasar, sehingga dapat bersaing dengan usaha lain. Dalam menghadapi masalah yang terjadi pada keunggulan bersaing, untuk meningkatkan profit dari penjualan produk yaitu dengan cara melakukan inovasi produk dan berorientasi terhadap pasar, agar pelanggan tetap setia untuk membeli produk. Inovasi dan orientasi pasar merupakan inti dari strategi 20 pabilitas dari bisnis yang berbasis pasar.

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana kondisi inovasi produk, orientasi pasar dan keunggulan bersaing, serta bagaimana pengaruh inovasi produk, orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing secara simultan dan pasial.

## II. LITERATURE REVIEW

### Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing/kompetitif adalah suatu manfaat yang ada ketika suatu perusahaan mempunyai dan menghasilkan suatu produk dan atau jasa yang dilihat dari pasar

targetnya lebih baik dibandingkan dengan para kompetitor terdekat (Saiman, 2017:124). Dasar dalam mencapai keunggulan bersaing yaitu harga atau nilai, menyenangkan konsumen, pengalaman konsumen, atribut produk yang dapat dicatat, dan keistimewaan layanan yang unik. Berikut merupakan indikator dari keunggulan bersaing yaitu:

1. Keunggulan biaya, yaitu perusahaan berusaha menjadi produsen berbiaya rendah dalam industrinya.
2. Diferensiasi, yaitu perusahaan berusaha untuk menjadi unik dalam industrinya yang secara umum dihargai pembeli.
3. Fokus, yaitu perusahaan fokus berupaya mencapai keunggulan bersaing dalam segmen targetnya.

### **Inovasi Produk**

Inovasi produk adalah hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri, baik sudah ada maupun belum ada untuk meningkatkan jangkauan atau jumlah lini produk yang dapat ditawarkan oleh perusahaan (Dhewanto, 2015:67). Mempertahankan sebuah produk agar dapat diminati konsumen tentunya memerlukan berbagai usaha kreatif yang harus dilakukan, seperti dengan membuat berbagai inovasi dengan harapan konsumen dapat tertarik terhadap produk tersebut. Inovasi merupakan kemampuan untuk menerapkan gagasan-gagasan baru atau pemecahan kreatif terhadap berbagai masalah dan dalam memanfaatkan peluang. Inovasi merupakan sebuah perubahan yang mencakup kreativitas untuk menciptakan sebuah produk baru, jasa, ide atau proses baru yang dikembangkan di dalam maupun diluar perusahaan (Anatan dan Lena, 2007:36).

Menurut Setiadi (2010: 78) indikator inovasi produk yaitu (1) Fitur produk, sarana kompetitif untuk membedakan produk satu dengan produk-produk pesaing. Fitur merupakan alat untuk bersaing yang membedakan produk suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. (2) Desain produk, cara lain dalam menambahkan nilai bagi pelanggan. Gaya hanya menjelaskan penampilan produk tertentu, sedangkan desain memiliki konsep yang lebih dari gaya. Desain berkontribusi tidak hanya pada penampilan, namun juga pada kegunaan produk. (3) Kualitas produk, kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsi fungsinya yang meliputi daya tahan, kehandalan, dan ketelitian yang dihasilkan suatu produk dari satu pembelian ke pembelian berikutnya.

### **Orientasi Pasar**

Orientasi pasar merupakan hal yang penting bagi perusahaan seiring semakin meningkatnya dalam persaingan bisnis sehingga perusahaan harus sadar selalu dekat dengan pasar. Orientasi pasar adalah kombinasi antara budaya komitmen pada nilai pelanggan dan proses penciptaan nilai superior bagi para konsumen. Untuk itu dibutuhkan fokus pada pelanggan (*customer focus*), intelijen pesaing, kerjasama dan keterlibatan lintas fungsional, (Tjiptono dan Chandra, 2017:44).

Berikut merupakan indikator dari orientasi pasar yaitu sebagai berikut :

1. Orientasi pelanggan yaitu pemahaman yang memadai atas pembeli sasaran yang mampu menciptakan nilai superior bagi mereka secara berkesinambungan.
2. Orientasi pesaing yaitu perusahaan memahami keunggulan dan kelemahan jangka pendek serta kapabilitas dan strategi jangka panjang para pesaing utama saat ini dan pesaing potensial.
3. Koordinasi antar fungsi yaitu pemanfaatan sumber daya perusahaan secara terkoordinasi dalam rangka menciptakan nilai superior bagi para pelanggan sasaran.

### **Hipotesis Penelitian**

- H<sub>1</sub>: Inovasi produk dan orientasi pasar secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap keunggulan bersaing di pasar batik Trusmi Cirebon.
- H<sub>2</sub>: Inovasi produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing di pasar batik Trusmi Cirebon.
- H<sub>3</sub>: Orientasi pasar secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing di pasar batik Trusmi Cirebon.

### III. METHODOLOGY

#### Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Adapun objek penelitian ini adalah toko dan kios yang menjual produk batik di pasar batik Trusmi Cirebon dan lokasi penelitian ini bertempat di Jalan. Otto Iskandardinata, Weru Lor, Kecamatan Weru, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat 45154. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta-fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu, baik berupa keadaan, permasalahan, sikap, pendapat, kondisi, prosedur atau sistem secara faktual dan cermat. Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu kebenaran yang sudah ada dengan menggunakan data/empiri.

#### Metode Pengujian Instrumen

Data yang digunakan dalam penelitian yaitu data primer. Data primer diperoleh secara langsung dengan menggunakan kuesioner penelitian, sebelumnya data tersebut diuji terlebih dahulu apakah layak atau tidak untuk dijadikan penelitian dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Hasil keseluruhan uji validitas dari item dikatakan valid, karena tidak ada nilai di bawah tabel yang ditetapkan

Validitas adalah ukuran yang benar-benar mengukur apa yang akan diukur. Untuk menguji validitas maka dihitung koefisien korelasi antara masing-masing skor total dengan menggunakan rumus korelasi *product moment item instrumen* dianggap valid jika koefisien sama dengan atau lebih besar dari 0,3, jika kurang dari 0,3 maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

Reliabilitas adalah tingkat keterpercayaan hasil suatu pengukuran, dan dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dari setiap item-item pernyataan apakah konsisten apabila dilakukan pengukuran dua atau lebih terhadap gejala yang sama. Suatu instrument dikatakan reliabel apabila memiliki nilai koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih. Hasil dari uji reliabilitas bahwa inovasi produk dan orientasi pasar reliabel karena nilai alpha di atas 0,6, sedangkan keunggulan bersaing tidak reliabel karena di bawah 0,6.

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah penelitian mempunyai masalah-masalah dalam asumsi klasik atau tidak seperti normalitas, multikolonieritas, dan heteroskedastisitas. Hasil uji asumsi klasik pada penelitian menyimpulkan bahwa asumsi klasik dari uji normalitas, multikolonieritas, dan heteroskedastisitas layak dipakai sebagai prediksi penelitian.

#### Metode Analisis Data

Metode analisis data digunakan analisis regresi linear berganda, korelasi dan determinasi, serta dilakukan pengujian hipotesis (uji F dan uji t).

#### IV. RESULT AND DISCUSSION

##### Karakteristik Pelaku Usaha

Pelaku usaha di pasar batik Trusmi Cirebon terbanyak berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 42 orang atau 74% sedangkan sebesar 15 orang berjenis kelamin laki-laki atau 26%. Usia dari pelaku usaha didominasi oleh usia 35-45 sebanyak 26 orang dengan berstatus menikah. Pendidikan terakhir pelaku usaha yaitu SMA/Sederajat, penjualan perbulan >Rp5.000.000 dengan tenaga kerja < 4orang dan lama usaha di pasar batik Trusmi Cirebon <5tahun karena pasar batik Trusmi Cirebon baru didirikan pada tahun 2015.

Tanggapan dari pelaku usaha terhadap keunggulan bersaing, inovasi produk, dan orientasi pasar di pasar batik Trusmi Cirebon yaitu sebagai berikut :

**Tabel 3. Rekapitulasi Skor Variabel Keunggulan Bersaing**

No	Indikator	Skor	Kategori	Keterangan
1	Keunggulan Biaya	4,45	Tinggi	Keunggulan biaya sesuai.
2	Diferensiasi	4,01	Tinggi	Diferensiasi baik
3	Fokus	4,20	Tinggi	Menggunakan biaya, memproduksi batik sangat baik.
<b>Rata-Rata Penilaian</b>		<b>4,22</b>	<b>Tinggi</b>	<b>Keunggulan bersaing melalui indikator keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus tergolong pada kategori tinggi.</b>

Berdasarkan Tabel 3. tersebut bahwa rekapitulasi rata-rata nilai keunggulan bersaing yaitu sebesar 4,22. Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing di pasar batik Trusmi Cirebon tergolong sangat baik.

**Tabel 4. Rekapitulasi Skor Variabel Inovasi Produk**

No	Indikator	Skor	Kategori	Keterangan
1	Fitur Produk	4,36	Tinggi	Fitur produk yang dimiliki sangat beragam.
2	Desain Produk	4,31	Tinggi	Desain produk sangat baik
3	Kualitas Produk	4,22	Tinggi	Kualitas produk yang dimiliki sangat baik.
<b>Rata-Rata Penilaian</b>		<b>4,29</b>	<b>Tinggi</b>	<b>Inovasi produk melalui indikator fitur produk, desain produk, dan kualitas produk tergolong dalam kategori tinggi.</b>

Berdasarkan Tabel 4. tersebut bahwa rekapitulasi rata-rata nilai dari inovasi produk yaitu sebesar 4,29. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk di pasar batik Trusmi Cirebon tergolong sangat baik.

**Tabel 5. Rekapitulasi Skor Variabel Orientasi Pasar**

No	Indikator	Skor	Kategori	Keterangan
1	Orientasi Pelanggan	4,40	Tinggi	Orientasi pelanggan sangat baik.
2	Orientasi Pesaing	4,16	Tinggi	Orientasi pesaing baik
3	Koordinasi Antar Fungsi	4,25	Tinggi	Koordinasi antar fungsi sangat baik
<b>Rata-Rata Penilaian</b>		<b>4,27</b>	<b>Tinggi</b>	<b>Orientasi pasar melalui indikator orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi antar fungsi dalam kategori sangat tinggi.</b>

Berdasarkan Tabel 5. tersebut bahwa rekapitulasi rata-rata nilai dari orientasi pasar yaitu sebesar 4,46. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi pasar di pasar batik Trusmi Cirebon tergolong sangat baik.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk meramalkan keadaan naik turunnya variabel dependen, apabila dua atau lebih variabel independen dinaik turunkan. Adapun hasil analisis regresi linear berganda yaitu  $Y = 1,887 + 0,232X_1 + 0,586X_2 + \epsilon$ . Dari hasil persamaan regresi tersebut maka dapat diketahui bahwa variabel inovasi produk dan orientasi pasar bernilai positif. Hal ini menunjukkan semakin tinggi inovasi produk dan orientasi pasar, maka semakin tinggi keunggulan bersaing produk batik di pasar batik Trusmi Cirebon.

### Analisis Korelasi Berganda

Hasil korelasi berganda menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi dari variabel independen terdiri dari inovasi produk (X1) dan orientasi pasar (X2) dan keunggulan bersaing (Y) memiliki korelasi termasuk kategori kuat, artinya jika nilai inovasi produk dan orientasi pasar semakin tinggi maka keunggulan bersaing semakin meningkat, begitu juga sebaliknya.

### Hasil Analisis Determinasi ( $R^2$ )

Hasil analisis determinasi nilai  $R^2$  (R Square) sebesar 0,603 atau sebesar 60,3%. Hal ini menunjukkan bahwa sumbangan pengaruh variabel keunggulan bersaing produk batik dengan determinasi inovasi produk dan orientasi pasar (survey pada pasar batik Trusmi Cirebon) sangat kuat yaitu sebesar 60,3% sedangkan 39,7% dipengaruhi oleh faktor dari variabel lain.

### Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji F

Hasil analisis dari  $F_{hitung}$  diketahui sebesar 41,025 dan nilai  $F_{tabel}$  untuk  $\alpha = 0,05$  dengan derajat kebebasan  $df_1 = 3 - 1 = 2$  dan  $df_2 = 57 - 2 - 1 = 54$  yaitu sebesar 3,17. Apabila  $F_{hitung}$  dibandingkan dengan  $F_{tabel}$ , maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $41,025 > 3,17$ ) dengan nilai signifikan F sebesar  $0,00 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya bahwa inovasi produk dan orientasi pasar secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing di pasar batik Trusmi Cirebon.

#### 2. Uji t

Hasil pengujian uji t maka diperoleh nilai dari variabel inovasi produk atau  $t_{hitung}$  sebesar 2,911 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,674. Apabila  $t_{hitung}$  dibandingkan dengan  $t_{tabel}$ , maka  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,911 > 1,674$ ) dan nilai signifikan sebesar 0,005 lebih kecil dari 0,05 ( $0,005 < 0,05$ ). Hal ini berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pasar batik Trusmi Cirebon. Sedangkan uji t dari variabel orientasi pasar atau  $t_{hitung}$  sebesar 8,971 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,674. Apabila  $t_{hitung}$  dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  maka  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,971 > 1,674$ ) dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Hal ini berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pasar batik Trusmi Cirebon.

## V. CONCLUSION

1. Rata-rata pelaku usaha memiliki keunggulan bersaing yang baik. Kondisi rata-rata pelaku usaha pada inovasi produk dan orientasi pasar termasuk dalam kategori baik.
2. Inovasi produk dan orientasi pasar secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada pasar batik Trusmi Cirebon.

47

Adapun saran yang diberikan yaitu sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan keunggulan bersaing, inovasi produk, dan orientasi pasar di pasar batik Trusmi Cirebon, maka saran yang dapat disampaikan yaitu sebagai berikut :
  - a) Hasil yang masih rendah nilainya pada keunggulan bersaing yaitu kualitas yang ditawarkan dapat bersaing, sebaiknya pelaku usaha dalam membuat produk dan memasarkan produknya agar lebih diperhatikan lagi apakah produk tersebut layak untuk dijual dengan harga dan kualitas yang sesuai, agar konsumen lebih memilih berbelanja di pasar batik Trusmi.
  - b) Hasil yang masih rendah nilainya pada inovasi produk yaitu atribut pengembangan produk yang dilakukan mengikat konsumen untuk membeli, sebaiknya produk batik lebih banyak lagi dengan model sesuai perkembangan zaman.
  - c) Hasil yang masih rendah nilainya pada orientasi pasar yaitu atribut merespon apa yang dilakukan pesaing, sebaiknya dalam merespon pesaing pelaku usaha harus lebih ditingkatkan lagi agar produk-produk yang terbaru dan sesuai zaman bisa dijual juga oleh pelaku usaha di pasar.
2. Bagi penelitian selanjutnya yang ingin melakukan penelitian mengenai variabel keunggulan bersaing, inovasi produk, dan orientasi pasar. Sebaiknya menambah variabel lain atau mengganti dengan salah satu dari variabel yang diteliti dan melibatkan variabel lain seperti orientasi kewirausahaan, kinerja pemasaran.

## ACKNOWLEDGEMENT

Terima kasih disampaikan kepada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Cirebon dan Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda Bogor

## REFERENCES

11

Anatan, Lina. & Lena Ellitan. (2007). Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Bisnis Modern. Alfabeta. Bandung

Badan Pusat Statistik, (2019), Kabupaten Cirebon Dalam Angka (*Cirebon Regency In Figure*).

Dhewanto, Wawan, 2015, Manajemen Inovasi untuk Usaha Kecil dan Mikro, Alfabeta, Bandung.

Hasan, Ali. (2009), *Marketing*, Med Press, Yogyakarta.

19

Saiman, Leonardus, (2017), *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus*, Salemba Empat, Jakarta.

15

Setiadi, Nugroho J., (2010). *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta : Kencana.

23

Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra, 2017, *Pemasaran Strategik*, ANDI, Yogyakarta.

# Keunggulan Bersaing Produk Batik dengan Determinasi Inovasi Produk dan Orientasi Pasar (Survei pada Pasar Batik Trusmi Cirebon)

---

ORIGINALITY REPORT

---

# 18%

SIMILARITY INDEX

---

PRIMARY SOURCES

---

- 1** Hilman Syaeful Alam, Pudji Irasari, Dyah Kusuma Dewi. "Analytical and Numerical Deflection Study on the Structure of 10 kW Low Speed Permanent Magnet Generator", Journal of Mechatronics, Electrical Power, and Vehicular Technology, 2012 30 words — 1%  
Crossref

---
- 2** Lucky Hikmat Maulana, Eka Rahayu. "PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PERUSAHAAN JASA PENGIRIMAN PAKET PADA PT JNE AGEN 012 CITEUREUP KABUPATEN BOGOR", JURNAL VISIONIDA, 2019 22 words — 1%  
Crossref

---
- 3** [karyailmiah.unisba.ac.id](http://karyailmiah.unisba.ac.id) 20 words — 1%  
Internet

---
- 4** Mas Nur Mukmin, Siti Maemunah. "PENGELOLAAN DANA PEMERINTAH DESA: KAJIAN PADA KECAMATAN BABAKAN MADANG, SUKARAJA DAN CIAWI", JURNAL AKUNIDA, 2019 16 words — < 1%  
Crossref

---
- 5** [jurnal.unismuhpalu.ac.id](http://jurnal.unismuhpalu.ac.id) 16 words — < 1%  
Internet

6	<a href="http://e-journal.potensi-utama.ac.id">e-journal.potensi-utama.ac.id</a> Internet	15 words — < 1%
7	<a href="http://free5908.wordpress.com">free5908.wordpress.com</a> Internet	15 words — < 1%
8	Ade Budi Setiawan, Siti Meliana. "ANALISIS KEPATUHAN WAJIB PAJAK HOTEL BERDASARKAN PEMERIKSAAN PAJAK, SANKSI PERPAJAKAN, KONDISI KEUANGAN DAN PREFERENSI RESIKO PADA HOTEL-HOTEL YANG TERDAFTAR DI BAPPENDA KABUPATEN BOGOR", JURNAL AKUNIDA, 2017 Crossref	14 words — < 1%
9	Yuchep Budi Prayogo, Aglis Andhita Hatmawan. "Pengaruh Pembekalan dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Mitra Badan Pusat Statistik Kabupaten Madiun (Studi Empiris Pada Mitra BPS Sensus Ekonomi 2016, Kecamatan Geger, Kabupaten Madiun.)", Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2018 Crossref	14 words — < 1%
10	<a href="http://journal.unismuh.ac.id">journal.unismuh.ac.id</a> Internet	14 words — < 1%
11	<a href="http://repository.wima.ac.id">repository.wima.ac.id</a> Internet	14 words — < 1%
12	<a href="http://manjstrategi.blogspot.com">manjstrategi.blogspot.com</a> Internet	13 words — < 1%
13	<a href="http://www.politeknikmbp.ac.id">www.politeknikmbp.ac.id</a> Internet	13 words — < 1%
14	Dharmanto Dharmanto. "Analisis Finansial Sektor Manufaktur Makanan Dan Minuman Yang	12 words — < 1%

Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2011-2015",  
Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis, 2017

Crossref

---

15	<a href="http://e-journal.polnes.ac.id">e-journal.polnes.ac.id</a> Internet	12 words — < 1%
16	<a href="http://e-journal.uajy.ac.id">e-journal.uajy.ac.id</a> Internet	12 words — < 1%
17	<a href="http://repository.ekuitas.ac.id">repository.ekuitas.ac.id</a> Internet	12 words — < 1%
18	<a href="http://jualbajubatikkerjamurah.blogspot.com">jualbajubatikkerjamurah.blogspot.com</a> Internet	11 words — < 1%
19	<a href="http://partalibra.wordpress.com">partalibra.wordpress.com</a> Internet	11 words — < 1%
20	<a href="http://ramlah1999.wordpress.com">ramlah1999.wordpress.com</a> Internet	11 words — < 1%
21	Suhartiwi Suhartiwi, Musifuddin Musifuddin. "Modus dan Format Pelaksanaan Pelayanan Konseling dalam Memahami Klien Lintas Budaya", Jurnal Konseling dan Pendidikan, 2013 Crossref	10 words — < 1%
22	<a href="http://journal.ubm.ac.id">journal.ubm.ac.id</a> Internet	10 words — < 1%
23	<a href="http://jurnal.fe.umi.ac.id">jurnal.fe.umi.ac.id</a> Internet	10 words — < 1%
24	<a href="http://repository.ipb.ac.id">repository.ipb.ac.id</a> Internet	10 words — < 1%

- 
- 25 [repository.unj.ac.id](https://repository.unj.ac.id)  
Internet 10 words — < 1%
- 
- 26 [repository.widyamataram.ac.id](https://repository.widyamataram.ac.id)  
Internet 10 words — < 1%
- 
- 27 [www.dprd-cirebonkab.go.id](http://www.dprd-cirebonkab.go.id)  
Internet 10 words — < 1%
- 
- 28 Andi Riyanto, Galih Raspati, Agung Wibowo, Amin Setio Lestiningih. "Investigasi Empirik Determinasi Beban Kerja dalam Meningkatkan Prestasi dan Produktivitas Kerja", Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen, 2021  
Crossref 9 words — < 1%
- 
- 29 Maria Magdalena Melani, Lusi Susanti. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPATUHAN WAJIB PAJAK (Studi Kasus Pada KPP Pratama Sukabumi)", JURNAL AKUNIDA, 2018  
Crossref 9 words — < 1%
- 
- 30 Purwiyanta Purwiyanta, C Ambar Pujiharjanto, Rini Dwi Astuti. "The Impact of Financial Inclusion on Economic Growth in Indonesia: Panel Data 34 Province", Proceeding of LPPM UPN "Veteran" Yogyakarta Conference Series 2020 – Economic and Business Series, 2020  
Publications 9 words — < 1%
- 
- 31 [akuntabilitasuinjkt.wordpress.com](http://akuntabilitasuinjkt.wordpress.com)  
Internet 9 words — < 1%
- 
- 32 [digilib.unimed.ac.id](https://digilib.unimed.ac.id)  
Internet 9 words — < 1%
- 
- 33 [je.ejournal.unri.ac.id](http://je.ejournal.unri.ac.id)  
Internet 9 words — < 1%

34	<a href="http://journal.feb.unmul.ac.id">journal.feb.unmul.ac.id</a> Internet	9 words — < 1%
35	<a href="http://repository.ipb.ac.id:8080">repository.ipb.ac.id:8080</a> Internet	9 words — < 1%
36	<a href="http://repository.trisakti.ac.id">repository.trisakti.ac.id</a> Internet	9 words — < 1%
37	<a href="http://repository.unmuhjember.ac.id">repository.unmuhjember.ac.id</a> Internet	9 words — < 1%
38	<a href="http://simki.unpkediri.ac.id">simki.unpkediri.ac.id</a> Internet	9 words — < 1%
39	<a href="http://www.republika.co.id">www.republika.co.id</a> Internet	9 words — < 1%
40	Selviana Ernayanti Aprilia, Samsuri Samsuri, Titiek Tjahja Andari. "PENGARUH PENERAPAN SISTEM MANAJEMEN KEAMANAN PANGAN ISO 22000:2005 TERHADAP KUALITAS PRODUK PANGAN PADA DEPARTEMEN PRODUKSI NOODLE PT. JAKARANA TAMA FOOD INDUSTRY (FACTORY) BOGOR", JURNAL VISIONIDA, 2017 Crossref	8 words — < 1%
41	Try Handayani. "EVALUASI TENTANG PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DALAM MENINGKATKAN INTENSI BERWIRAUSAHA (STUDI PADA MAHASISWA POLITEKNIK NEGERI BENGKALIS)", Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis, 2016 Crossref	8 words — < 1%
42	<a href="http://antarasulut.com">antarasulut.com</a> Internet	8 words — < 1%
	<a href="http://borang.unpatti.ac.id">borang.unpatti.ac.id</a>	

43	Internet	8 words — < 1%
44	de.scribd.com Internet	8 words — < 1%
45	eprint.stieww.ac.id Internet	8 words — < 1%
46	eprints.kwikkiangie.ac.id Internet	8 words — < 1%
47	eprints.uns.ac.id Internet	8 words — < 1%
48	fayfaini.wordpress.com Internet	8 words — < 1%
49	itbsemarang.ac.id Internet	8 words — < 1%
50	krjogja.com Internet	8 words — < 1%
51	terselubungkutang.blogspot.com Internet	8 words — < 1%
52	www.journal.unrika.ac.id Internet	8 words — < 1%
53	www.jurnalekonomi.unisla.ac.id Internet	7 words — < 1%
54	Nurlela Ilyasa. "PENGARUH TEMPAT USAHA, DISPLAY PRODUK DAN PERSONAL SELLING SECARA ISLAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PASAR BATIK DESA TRUSMI KABUPATEN CIREBON TAHUN 2018",	6 words — < 1%

# INKLUSIF (JURNAL PENGKAJIAN PENELITIAN EKONOMI DAN HUKUM ISLAM), 2018

Crossref

55

konsultasiskripsi.com

Internet

6 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE MATCHES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY OFF