

KOMPETENSI SOSIAL KEWIRAUSAHAAN MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN PADA PENGRAJIN WINGKO BABAT DI KOTA SEMARANG

Sri Suyati

Fakultas Ekonomi UNTAG Semarang

Email : suyatismg@gmail.com

Sri Puji Lestari

Fakultas Ekonomi UNTAG Semarang

lestari_sripuji@yahoo.co.id

ABSTRAKSI

Penelitian ini merupakan kajian sistem sosial perdagangan, sebagai upaya memahami kondisi yang melatarbelakangi sistem perdagangan yang berjalan. Usaha kecil berperan penting dalam perekonomian nasional terutama penyerapan tenaga. Permasalahan penelitian ini adalah : Untuk mengetahui bagaimana pengrajin wingko babat mampu berkompetensi secara social untuk menjadi wirausaha yang berjiwa sosial. Untuk mengetahui apa yang mempengaruhi pengrajin wingko babat bisa bertahan dalam melaksanakan usaha agar berkelanjutan (*sustainable*). Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Komitmen, Kepercayaan, Jejaring terhadap Keunggulan Bersaing. Populasi dan Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh pengrajin Wingko babat yang ada di Kota Semarang sebanyak 86 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda Hasil Penelitian membuktikan bahwa keseluruhan variabel bebas (Komitmen, Kepercayaan, Jejaring) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

Kata Kunci : Keunggulan Bersaing, Komitmen, Kepercayaan, Jejaring

ABSTRACT

This research is a study of the social system of trade , in an effort to understand the underlying conditions that run trading systems . Small businesses play an important role in the national economy , especially the absorption of energy . The problem of this study are : To find out how craftsmen wingko tripe able to be socially competent social minded entrepreneurs . To find out what affects craftsmen wingko tripe can survive in implementing business continuity plans (sustainable) ? The purpose of this study was to analyze the influence of Commitment, Trust, Excellence Network to Compete . Population and samples in this study were all craftsmen Wingko tripe in the city of Semarang were 86 respondents . Analysis of the data used in this study is the Multiple Linear Regression Analysis Research results prove that the overall independent variables (Commitment , Trust , Network) has a significant positive effect on Competitive Advantage

Keywords : Competitive Excellence , Commitment , Confidence , Networking

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Secara nasional, usaha kecil dan menengah mempunyai kedudukan, potensi dan peranan yang sangat penting dan strategis dalam rangka mewujudkan tujuan pembangunan nasional pada umumnya dan tujuan pembangunan ekonomi pada khususnya. Peran ini dapat dilihat dalam hal penyediaan kesempatan usaha, lapangan

kerja dan peningkatan ekspor. Dapat dilihat bahwa usaha kecil dan menengah lebih mampu untuk bertahan lebih lama dari krisis ekonomi, karena mempunyai karakteristik yang lebih fleksibel dan lebih memanfaatkan sumber daya lokal sehingga bisa diandalkan untuk mendukung ketahanan ekonomi.

Namun demikian usaha kecil menengah dalam perkembangannya masih menghadapi berbagai persoalan yang perlu mendapat perhatian dari

berbagai pihak antara lain (Riyadi,2001) : (1) rendahnya produktivitas, sumber daya manusia dan manajemen yang belum profesional, kurang tanggap terhadap perubahan teknologi dan kurangnya permodalan, (2) akses pasar yang belum 3 memadai, termasuk di dalamnya jaringan distribusi yang berfungsi sebagai jalur pemasaran belum berjalan efisien, (3) belum adanya tanda-tanda membaiknya perekonomian nasional serta (4) tantangan dari perkembangan perdagangan bebas baik dalam rangka kerjasama AFTA, APEC, dan GATT/WTO yang akan membawa dampak pada peningkatan persaingan usaha. Berbagai persoalan diatas dapat diatasi apabila para pengusaha kecil dan menengah mampu mengembangkan usahanya secara kreatif dan inovatif dengan selalu berorientasi pada pasar, peningkatan kualitas, produktivitas dan daya saing dengan memanfaatkan sumber daya yang ada dan selalu mengikuti perkembangan informasi dan teknologi. Oleh karena itu perlu kebijakan pembinaan dan pengembangan usaha kecil dan menengah yang dapat mendorong ke arah yang lebih maju dan mandiri serta mampu meningkatkan perannya dalam perekonomian nasional (Riyadi,2001). Data dari Menteri Negara Koperasi dan Pengusaha Kecil dan Menengah (Menekop & PKM) menunjukkan bahwa pada tahun 2000, ada sekitar 38,99 juta usaha kecil dengan rata-rata penjualan per tahun kurang dari Rp 1 Milyar atau sekitar 99,85 % dari jumlah Perusahaan di Indonesia(Tambunan, 2002). Walaupun keberadaan UKM dan IKM sangat berperan dalam perkembangan keadaan perekonomian, akan tetapi karakteristik yang melekat pada UKM bisa merupakan kelebihan atau kekuatan yang justru menjadi penghambat perkembangannya (*growth constraints*).

1.2. Perumusan Masalah

Terkait hal tersebut maka perumusan masalah penelitian ini terangkum dalam dua pertanyaan, yaitu :

1. Bagaimana pengrajin wingko babat di Kota Semarang mampu berkopetensi secara sosial untuk menjadi wirausaha yang berjiwa sosial.
2. Apa yang mempengaruhi pengrajin wingko babat bisa bertahan dalam melaksanakan usaha berkelanjutan (*sustainable*) ?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis :

1. Pengaruh Komitmen terhadap Keunggulan Bersaing
2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keunggulan Bersaing
3. Pengaruh Jejaring terhadap Keunggulan bersaing

2. Kajian Teori

2.1. Komitmen (Commitment)

Barnes (2003) menyatakan bahwa komitmen adalah suatu keadaan psikologis yang secara global mewakili pengalaman ketergantungan pada suatu hubungan; komitmen meringkas pengalaman ketergantungan sebelumnya dan mengarahkan reaksi pada situasi baru. Komitmen merupakan orientasi jangka panjang dalam suatu hubungan, termasuk keinginan untuk mempertahankan hubungan itu. Bagi bisnis yang menghadapi tingkat persaingan yang tinggi, hal ini mengimplikasikan bahwa kemampuan perusahaan untuk menciptakan hubungan yang tahan lama dengan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh aksi perusahaan itu sendiri, melainkan juga oleh aksi para pesaingnya.

2.2. Kepercayaan (Trust)

Kualitas sebagai karyawan yang memiliki prinsip moral yang kuat. Integritas menunjukkan adanya *internal consistency*, ada kesesuaian antara apa yang dikatakan dan dilakukan, ada konsistensi antara pikiran dan tindakan. Menurut Moorman *et al* (1993) kepercayaan didefinisikan sebagai kemauan untuk menyandarkan diri pada hubungan dengan partnernya berlandaskan atas keyakinan.

2.3. Jejaring (Relationship)

Penelitian Kolopaking (2002) mendapatkan bahwa modal sosial berperan

mulai dari kegiatan tahap awal dalam kegiatan di tingkat komunitas, dilanjutkan dengan memproduksi usaha kecil dan gurem dari komunitas ke organisasi desa, dan akhirnya menjadi unsur pengelolaan kolaborasi serta memelihara jejaring kolaborasi. Meskipun proses ini berhasil karena ada pihak luar yang menjadi fasilitator, namun keberadaan modal sosial dalam masyarakat sangat berperan dalam membentuk kesamaan opini di antara *stakeholders*.

Jejaring menjadi sarana untuk membentuk sinergi antara masyarakat dan pemerintah. Dengan prinsip-prinsip kesetaraan, informal, dan partisipatif dalam membangun komitmen, maka masalah-masalah pengembangan kemitraan usaha berbasis komunitas dapat ditangani secara sinergis. Dengan demikian, pilar utama mensinergikan antara pengembangan kemitraan usaha kecil atau gurem dengan ekonomi kawasan adalah dengan membentuk usaha masyarakat berbasis komunitas. Implikasinya adalah bahwa dari pengembangan kolaborasi tersebut, pengelolaan kemitraan memerlukan muatan solidaritas moral semua pihak yang merupakan indikator dari modal sosial yang tumbuh dalam diri mereka.

Berry & Parasuraman (1992) menganggap bahwa *relationship* merupakan usaha untuk menarik, mengembangkan dan menguatkan hubungan antara 2 pihak. Pihak-pihak yang berhubungan tidak terbatas pada hubungan antara produsen dan penjual (*retail*) saja, namun juga pada hubungan antara produsen dan pengguna jasa (Konsumen).

2.4. Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing berkaitan dengan cara bagaimana perusahaan memilih dan benar-benar dapat melaksanakan strategi generik kedalam praktik (Porter, 1994).Strandskov (2006) mengukur keunggulan bersaing perusahaan dengan menggunakan empat variabel, yaitu *firm Specific Advantages*, *Localization Specific Advantages*, *Relationship Specific*

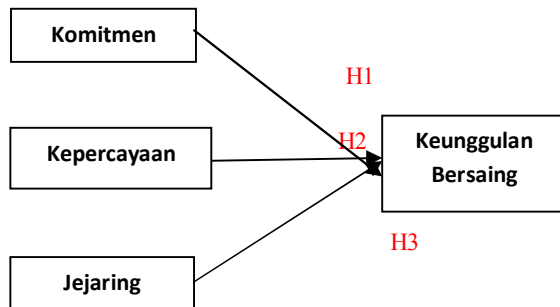
Advantages dan *Competitive Strengths /Performance*. Hasil penelitian Strandskov (2006) menemukan bahwa keunggulan bersaing yang berupa *Firm Specific Advantages* dan *Relationship Specific Advantages* lebih berpengaruh terhadap kesuksesan kinerja perusahaan. Ming dan Chia (2004) menyatakan variabel-variabel pengukuran kinerja perusahaan, yaitu pertumbuhan, kemampuan-labaan, kepuasan konsumen, dan kemampuan beradaptasi. Menurut pendapat Glueck et al (1987) dalam Yuwalliatin (2006), suatu perusahaan dikatakan memiliki keunggulan bersaing jika mempunyai karakteristik sebagai berikut :

- a. Kompetensi khusus, misalnya mempunyai produk dengan mutu yang lebih baik, mempunyai saluran distribusi yang lebih lancar, penyerahan produk yang lebih cepat, mempunyai merek produk lebih terkenal.
- b. Menciptakan persaingan tidak sempurna. Setiap perusahaan dapat masuk dan keluar pasar dengan mudah sehingga perusahaan yang ingin mencari keunggulan bersaing harus keluar dari pasar persaingan sempurna.
- c. Keberlanjutan, artinya keunggulan bersaing harus dapat berlanjut dan tidak terputus-putus.
- d. Cocok dengan lingkungan eksternal. Lingkungan eksternal memberikan peluang dan ancaman kepada perusahaan yang saling bersaing. Oleh karena itu, suatu keunggulan bersaing tidak hanya melihat kelemahan pesaing, namun juga harus memperhatikan kondisi pasar.
- e. Laba yang diperoleh lebih tinggi daripada rata-rata laba perusahaan lain.

Kerangka Pemikiran Teoritis

Gambar 1.

Kerangka Peikiran Teoritis



Sumber : Dikembangkan untuk penelitian (2013)

2.5. Hipotesis

- H1 : Komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing
- H2 : Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing
- H3 : Jejaring berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing

3. METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasi yang dijadikan obyek penelitian adalah seluruh pengrajin Wingko babat yang ada di Kota Semarang, sampel yang dijadikan penelitian ini adalah yang mengisi kuesioner sebanyak 86 responden.

3.2. Sumber data dan Teknik pengumpulan data

1. Data Primer

Data primer merupakan data dari sumber pertama, dari individu, seperti wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasanya dilakukan peneliti (Fer-dinand, 2006). Sumber data primer berasal dari wawancara berdasarkan daftar pertanyaan kepada para pengrajin wingko babat.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan jenis data yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti. Adapun sumber data berasal dari literature, jurnal penelitian terdahulu, Majalah maupun data

dokumen yang sekiranya diperlukan untuk menyusun penelitian ini

3.3. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif dalam hal ini digunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Ghozali (2005) menyatakan bahwa dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan (pengaruh) antara variabel independen dengan variabel dependen. Penelitian ini akan menguji pengaruh Komitmen (X_1), Kepercayaan (X_2) dan Jejaring /relationship (X_3) terhadap Keunggulan Bersaing (Y).

Rumus Persamaan Garis Regresi Linier Berganda:

$$Y = a_1 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

di mana :

Y = Keunggulan Bersaing

X_1 = Komitmen

X_2 = Kepercayaan

X_3 = Jejaring (relationship)

a = Konstanta

b_1, b_2 dan b_3 = koefisien (parameter)

Pengujian Data

- a. Uji Reliabilitas dan validitas
- b. Uji Asumsi klasik
 1. Uji Normalitas data
 2. Uji linearitas data
 3. Uji Multikolinearitas
 4. Uji Heteroskedastisitas
- c. Goodness of fit
 1. Koefisien Determinasi
 2. Uji Model (Uji F)
 3. Uji Parameter (uji t)

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Validitas

Tabel 1
Uji Validitas

No	Variabel	r (Hitung)	r Tabel	Keterangan
1.	Komitmen	0.351	0,213	Valid
		0.559	0,213	Valid
		0.378	0,213	Valid
		0.434	0,213	Valid
2.	Kepercayaan	0.653	0,213	Valid
		0.651	0,213	Valid
		0.595	0,213	Valid
		0.568	0,213	Valid
3.	Keunggulan bersaing	0.444	0,213	Valid
		0.416	0,213	Valid
		0.414	0,213	Valid
		0.413	0,213	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2013

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai r hitung dari variabel Komitmen, Kepercayaan, Jejaring dan Keunggulan Bersaing lebih besar dari r tabel, maka secara keseluruhan item dinyatakan valid

4.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Teknik yang digunakan untuk menentukan reliabilitas adalah teknik koefisien korelasi ALPHA CRONBACH (Arikunto, 2002).

Rumus :

$$\alpha = \frac{k r}{(k-1)}$$

Keterangan : r = rata-rata korelasi antar item

k = jumlah item

Koefisien memiliki nilai antara 0 dan 1. Jika nilai koefisien mendekati lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian adalah reliabel.

Perhitungan uji reliabilitas dilakukan dengan program SPSS versi 17 dan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2
Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha	Alpha Cronbach
1	Komitmen	0.738	0,60
2	Kepercayaan	0.763	0,60
3	Jejaring	0.836	0,60
4	Keunggulan Bersaing	0.844	0,60

Sumber : Data primer yang diolah, 2013

Dari perhitungan di atas ternyata semua variabel mempunyai alpha yang lebih besar dari Alpha Cronbach (0,6), sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

4.3. Analisis Regresi Berganda

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas pada regresi berganda selengkapnya ada lampiran dan selanjutnya dijelaskan pada tabel 5.20 berikut ini :

Tabel 3
Persamaan Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.106	2.397		2.130	.036
X1	.250	.099	.262	2.535	.013
X2	.421	.137	.317	3.059	.003
X3	.223	.118	.219	2.197	.005

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer yang diolah, 2013

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$Y = 5.106 + 0,250 X_1 + 0,421 X_2 + 0,223 X_3 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat dilihat bahwa keseluruhan variabel bebas (Komitmen, Kepercayaan dan Jejaring) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing Hal ini terlihat dari uji signifikansi pada $\alpha = 5 \%$ hasilnya untuk semua variabel adalah kurang dari α atau 5 %.

Dari persamaan tersebut juga dapat diketahui bahwa variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing adalah Kepercayaan, baru setelah itu variabel komitmen dan jejaring. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa dengan modal kepercayaan yang dibangun kepada konsumen terhadap produk wingko babat maka dapat dijadikan nilai lebih untuk membangun keunggulan bersaing, tentu saja tanpa mengesampingkan variabel komitmen dan jejaring agar nantinya para pengrajin wingko babat dapat " survive " dalam persaingan di era antarglobalisasi mengingat sekarang ini telah banyak produk makanan kecil (snack) yang beredar di Indonesia yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Wingko babat akhirnya di buat dengan aneka rasa, antara lain rasa original, nangka, durian, pandan dan sebagainya diharapkan akan lebih menarik minat konsumen tentu saja kualitas produk tetap selalu dijaga.

4.4. Uji Asumsi Klasik

4.4.1. Uji Normalitas

Uji Normalitas untuk menguji dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Hasil distribusi normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti arah garis diagonalnya. Dengan uji Kolmogorov-Smirnov test diperoleh hasil olahan sebagai berikut:

Tabel 4
Perhitungan Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.42044339
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.155
	Positive	.155
	Negative	-.133
Kolmogorov-Smirnov Z		1.435
Asymp. Sig. (2-tailed)		.033

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov adalah 1.435 dan signifikan pada 0.033, hal ini berarti H_0 ditolak yang berarti data residual terdistribusi normal

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
1 (Constant)	1.483	.906		1.636	.006		
X1	.655	.067	.726	9.826	.000	.376	2.660
X2	.180	.062	.214	2.895	.005	.375	2.668
X3	.072	.051	.064	1.411	.002	.992	1.008

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah, 2013

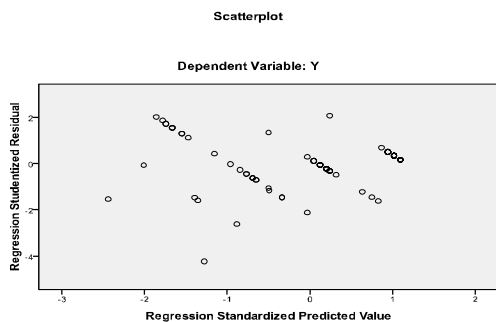
Melihat hasil besaran korelasi antar variable relative kecil karena masih di bawah 95 %, maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas. Hasil perhitungan nilai Tolerance juga menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai Tolerance kurang dari 0.10 yang berarti tidak ada korelasi antar variable independen yang nilainya lebih dari 95 %. Hasil perhitungan nilai Variance Inflation Factor (VIF) juga menunjukkan hal yang sama

tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

4.4.2. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian Heteroskedastisitas bertujuan untuk mendeteksi varian dari kesalahan pengganggu (e), konstan bersama-sama semua variabel bebas. Cara mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot. Jika ada pola tertentu, seperti titik – titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika data berpencar disekitar titik nol dan tidak membentuk suatu pola / trend garis tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 2.
Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data primer yang diolah, 2013

Dari grafik scatterplots terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi keunggulan bersaing berdasarkan masukan variabel independen Komitmen, Kepercayaan dan Jejaring.

4.4.3. Goodness of Fit

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa

besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi untuk variabel bebas lebih dari 2 digunakan *adjusted R square*, sebagai berikut :

Tabel 6
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.472 ^a	.223	.194	2.234	.223	7.833	3	82	.000

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : data primer yang diolah, 2013

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS versi 17,00 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0.194. Hal ini berarti 19,4 % keunggulan bersaing dapat dijelaskan oleh variabel komitmen, kepercayaan dan jejari sedangkan sisanya yaitu 80,6% keunggulan bersaing dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Model (Uji F)

Uji statistik F adalah untuk mengetahui apakah model yang digunakan dalam persamaan regresi signifikan atau tidak. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada hasil olahan data di bawah ini:

Tabel 7
Uji Persamaan (uji F atau uji model)
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	117.233	3	39.078	7.833	.000 ^a
Residual	409.092	82	4.989		
Total	526.326	85			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : data primer yang diolah, 2013

Dari perhitungan dengan menggunakan SPSS 17.00 diperoleh F hitung sebesar 7,833 dengan p value = 0,000 < 0,050, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa model persamaan garis regresi linier berganda adalah signifikan.

Uji Signifikansi Parameter individual (uji t)

Uji Statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel / independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis nol (Ho) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (bi) sama dengan nol.

Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS versi 17.00 diperoleh hasil pada tabel 5,27 di bawah ini:

Tabel 8
Uji Paramater (Uji t)
Coefficients a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.106	2.397		2.130	.036
X1	.250	.099	.262	2.535	.013
X2	.421	.137	.317	3.059	.003
X3	.223	.118	.219	2.197	.005

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer yang diolah, 2013

4.5. Kesimpulan Hipotesis

1. Pengaruh Komitmen terhadap Keunggulan Bersaing
Hasil uji t variabel X_1 (Komitmen) diperoleh nilai $t_{hitung} = 2.535$ dengan tingkat signifikansi 0,013 (lebih kecil dari $\alpha = 0,05$). Dengan demikian maka, komitmen mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.
2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keunggulan Bersaing
Hasil uji t variabel X_2 (Kepercayaan) diperoleh nilai $t_{hitung} = 3.059$ dengan tingkat

signifikansi 0,003 (lebih kecil dari $\alpha = 0,05$). Dengan demikian maka, kepercayaan mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

3. Pengaruh Jejaring terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil uji t variabel X_3 (Jejaring) diperoleh nilai $t_{hitung} = 2.197$ dengan tingkat signifikansi 0.005. Dengan demikian maka, Jejaring mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap Keunggulan Bersaing

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa :

1. Dari hasil perhitungan pengolahan data diperoleh persamaan garis regresi berganda $Y = Y = 5.106 + 0,250 X_1 + 0,421 X_2 + 0,223 X_3 + e$. Berdasarkan uji hipotesisnya dari persamaan tersebut dapat dilihat bahwa keseluruhan variabel bebas (Komitmen, Kepercayaan, Jejaring) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Variabel yang paling banyak berpengaruh dalam membentuk keunggulan bersaing adalah kepercayaan, baru setelah itu variabel komitmen dan jejaring.
2. Hasil uji t variabel X_1 Komitmen diperoleh nilai $t_{hitung} = 2.535$ dengan tingkat signifikansi 0,013 (lebih kecil dari $\alpha = 0,05$). Dengan demikian maka, komitmen mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dengan memperhatikan komitmen maka diharapkan pengrajin wingko babat mampu mewujudkan keunggulan bersaing dan berkopetensi secara sosial untuk menjadi wirausaha yang berjiwa sosial.
3. Hasil uji t variabel X_2 (Kepercayaan) diperoleh nilai $t_{hitung} = 3.059$ dengan tingkat signifikansi 0,003 (lebih kecil dari $\alpha = 0,05$). Dengan demikian maka

kepercayaan mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Adanya kepercayaan dari konsumen akan menjadikan suatu keunggulan untuk bersaing tentu saja harus diimbangi peningkatan kualitas produk.

4. Hasil uji t variabel X_3 (Jejaring) diperoleh nilai $t_{hitung} = 2.197$ dengan tingkat signifikansi 0.005. Dengan demikian ,maka Jejaring mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Jejaring ini merupakan salah satu cara agar pengrajin wingko babat bisa bertahan dalam melaksanakan usaha berkelanjutan

6. Saran

Agar pengrajin wingko babat mampu berkompetisi secara social untuk menjadi wirausaha yang berjiwa social dan bisa bertahan dalam melaksanakan usaha yang berkelanjutan (*sustainable*) maka hendaknya memperhatikan Komitmen, Kepercayaan dan membangun jejaring yang dapat dijadikan sebagai Keunggulan Bersaing para pengrajin wingko babat. Mengingat peranan komitmen dan jejaring masih relative lebih rendah dibandingkan kepercayaan maka untuk selanjutnya yang perlu dilakukan oleh para pengrajin wingko babat adalah lebih meningkatkan komitmen dan jejaring, yaitu dengan cara lebih meningkatkan kualitas hubungan yang sekarang ini telah dibina dengan konsumen, menyadari adanya nilai tambah dan kemanfaatan (*share benefit*) dari hubungan tersebut agar konsumen tidak berpaling ke produk lain dan dalam upaya meningkatkan daya saing wingko babat dalam era globalisasi yang di sadari tidak disadari konsumen sudah mulai berpaling ke produk-produk makanan kecil modern bahkan impor.

DAFTAR PUSTAKA

Allison, Kaye, (2005). **Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Nirlaba**, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.

- Brata, Aloysius G. 2004. Nilai Ekonomis Modal Sosial pada Sektor Informal Perkotaan. Lembaga Penelitian Universitas Atma Jaya.
- Barney, Jay, 1991, "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage", **Journal Of Management**, Vol.17, No. 1
- Berry, Leonard L dan Parasuraman, 1997, **Listening the Customer- The Concept of a Service-Quality Information System**, Sloan Management Review, Musim semi, 65-76
- Chan, Yee-Ching Lilian (2004), "Performance Measures and adoption of Balanced Scorecard: a Survey of Municipal Governments in the USA and Canada", **The International Journal of Public Sector Management**, Vol.17, No.3, pp.204-221
- Cooper, Donald R. dan William R. Emory, 1999, **Metode Penelitian Bisnis Terjemahan**, Erlangga, Jakarta.
- Ferdinand, Augusty, 2003, **Sustainable Competitive Advantage**, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- , 2006, **Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk penulisan Skripsi, Tesis dan Desertasi Ilmu Manajemen Edisi 2**, BP UNDIP, Semarang
- Imam Ghozali. 2006. **Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS. Edisi Keempat**. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Manufacturing Firms", **Journal of Small Business Management**, Januari, pp.27-45
- Morgan, Robert M & Hunt, Shelby D, 1994. The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing, **Journal of Marketing**, 58, p 20-38
- Parnell, J.A. (2002). "Competitive Strategy Research. Current Challenges and New Directions. " **Journal of Management Research**" Vol 2 No 1 April 2002: pp.1-8.
- Pilling, B.K. (1991). "Assessing Competitive Advantage in Small Businesses :An Application to franchising. " **Journal of Small Business Management** " : pp.55-62

- .Porter, M.E., *Keunggulan Bersaing*, Tim Penerjemah Binarupa Aksara, Binarupa Aksara, Jakarta, 1994.
- Rachmadi,P.V (2001).”Organisasi Pembelajaran Bagi Usaha kecil dan Menengah Permasalahan dan Peluang. “**Jurnal Administrasi Bisnis**”. Vol 11. No2:pp.43-53.
- Riyadi, I.B.(2001).”**Perijinan dan Sertifikat Industri Kecil dan Menengah**.Juni 2001,Yogyakarta.
- Satyagraha, Hadi, 1994,” *Keunggulan Bersaing dan Aliansi Strategies: Redifinisi SWOT*”, **Usahawan**, No.4,Th.XXIII.
- Tambunan, T., *Kinerja Ekspor Industri Manufaktur Indonesia*, KADIN,Jakarta, 2001.
- Tjiptono, F., *Strategi Pemasaran*, Edisi Dua, Penerbit Andi, Yogyakarta, 1997.
- Tambunan, Tulus. (2002). “**Peranan UKM Bagi Perekonomian Indonesia danProspeknya**”, *Usahawan* – No 07, TH XXXI – Juli, hlm.3-15.
- Porter, M.E., *Keunggulan Bersaing*, Tim Penerjemah Binarupa Aksara,Binarupa Aksara, Jakarta, 1994