



**PENGARUH KEUNGGULAN BERSAING
MELALUI KINERJA BISNIS
(Studi Kasus Warung Makan Di Wilayah Tlogosari Semarang)
Gilang Prasidya Jati, Sugiarto¹
Email : gprasidvajati@gmail.com**

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

This research was conducted at the Public Eating In Semarang Tlogosari Regional Culinary Center . Data revenue at a food stall in 2013-2014 showed that the decrease in total revenues despite consumer food stalls Tlogosari Region increase every year . This study aimed to analyze whether there is connection between the diversity of products , quality products with business performance at a food stall in the area Tlogosari Semarang , and whether business performance diner Tlogosari Semarang can affect the competitive advantage of the food stalls in the area Tlogosari itself .

The research sample 70 , the types and sources of data from the owner of the diner , method of data collection questionnaire distributed to respondents , as well as the methods of analysis used in this study multiple linear regression method .

The results of this study , the effect of product diversity and quality of the products on competitive advantage that impact on business performance in the diner at the Culinary Center in Region Tlogosari . And advice in this research is variable product quality and product diversity is a good variable to increase competitive advantage .

PENDAHULUAN

Pada era modernisasi ini persaingan di dunia bisnis menjadi sangat ketat. Begitu juga persaingan bisnis di bidang kuliner. Bisnis kuliner atau makanan sampai kapanpun akan tetap berkembang karena makanan merupakan kebutuhan dasar setiap manusia. Karena hal itulah sekarang ini bisnis makanan semakin banyak muncul usaha-usaha yang sejenis, sehingga timbul persaingan yang ketat. Bisnis kuliner menunjukkan perkembangan yang pesat dari waktu ke waktu, hal ini dapat dilihat dari banyaknya bisnis kuliner dengan banyaknya warung makan, baik dari yang kaki lima sampai kelas restoran mewah yang menyajikan makanan dengan kualitas diatas rata-rata dan dijual dengan harga yang tidak murah.

Sebagian UKM masih mempunyai berbagai kelemahan yang bersifat eksternal, seperti kurangnya kemampuan untuk beradaptasi terhadap pengaruh lingkungan yang strategis, kurang cekatan dalam peluang – peluang usaha, kurangnya kreativitas dan inovasi dalam mengantisipasi berbagai tantangan sebagai akibat resesi ekonomi yang berkepanjangan.

Dari berbagai kekurangan yang tersebut diatas diperlukan adanya perhatian khusus terhadap nasib dari keberadaan UKM sebagai penunjang ekonomi riil masyarakat. Persaingan usaha yang begitu ketat mengharuskan perusahaan memiliki keunggulan bersaing, jika tidak maka perusahaan tersebut tidak dapat bertahan lama. Keunggulan bersaing dalam sebuah organisasi dapat diperoleh dengan memperhatikan nilai superior bagi pelanggan, kebudayaan dan iklim untuk membawa perbaikan pada efisiensi dan efektivitas. Kesuksesan pemilik warung makan untuk menjaga kelangsungan penjualan produknya terletak pada kemampuannya untuk berinovasi. Dari sinilah para pemilik warung makan di Wilayah Tlogosari Semarang harus mampu menghasilkan ‘ keunikan ‘ sehingga menumbuhkan keunggulan bersaing. Secara sederhana, dapat dikatakan, warung makan di Wilayah Tlogosari Semarang dituntut untuk mampu menggali dan memanfaatkan keunggulannya.

¹Corresponding author

Tabel 1

Data Kondisi Penjualan Warung Makan Di Wilayah Tlogosari

No.	Keterangan	Ruko	Stand	Jumlah	Kondisi Pendapatan	
					Naik	Turun
1	Dalam Perumahan	40	30	70	32	38
2	Luar Perumahan	33	53	86	47	39

Keterangan :

Ruko : Bangunan permanen.

Stand : Semi atau tidak permanen.

Sumber : Hasil Survei Peneliti (Agustus,2014)

Berdasarkan pada tabel data penjualan diatas diketahui bahwa Dari data dapat diketahui terdapat keunggulan bersaing antara para bisnis kuliner di dalam perumahan wilayah sendiri dengan di luar perumahan di Wilayah Tlogosari. Dari sektor pendapatan sendiri dapat diketahui bahwa warung makan didalam perumahan dari hasil penjualan menurun karena adanya warung makan di luar perumahan sendiri yang justru konsumen dapat dengan mudah mengakses dan menikmatinya dibanding didalam perumahan sendiri yang notabene konsumen dari luar Wilayah Tlogosari kurang mengetahuinya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan adanya penerapan konsep kinerja bisnis maka akan mendukung pula tercapainya kepuasan pelanggan serta terpenuhinya apa-apa yang diinginkan.

Berdasarkan data dan uraian diatas dapat dilihat dari rumusan masalah yang ada, maka akan dibuat pertanyaan sebagai berikut: (1) Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada warung makan di Wilayah Tlogosari Semarang? (2) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada warung makan di Wilayah Tlogosari Semarang? (3) Apakah kinerja bisnis dipengaruhi oleh keragaman produk melalui keunggulan bersaing pada warung makan di Wilayah Tlogosari Semarang? (4) Apakah kinerja bisnis dipengaruhi oleh kualitas produk melalui keunggulan bersaing pada warung makan di Wilayah Tlogosari Semarang?

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Keunggulan Bersaing menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2005:322) keunggulan bersaing adalah suatu keunggulan diatas pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih kepada konsumen, baik melalui harga yang lebih rendah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang mendukung penetapan harga lebih mahal.

Kinerja Bisnis menurut Rivai dan Basri (2005) pengertian kinerja adalah kesediaan seseorang atau kelompok orang untuk melakukan sesuatu kegiatan dan menyempurnakannya sesuai dengan tanggung jawab dengan hasil seperti yang diharapkan.

Keragaman Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Menurut Kotler dan Keller dalam bukunya "Manajemen Pemasaran" edisi kedua belas jilid kedua (2007:15) mendefinisikan keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli.

Berdasarkan penelitian dari Meike Supranoto (2009) menyatakan adanya pengaruh positif antara keragaman produk dengan keunggulan bersaing. Penelitian Droge dan Vickrey (1994,p.687) menemukan bahwa keragaman produk dijadikan sebagai salah satu sumber keunggulan bersaing. Perusahaan yang mampu mendesain produknya sesuai keinginan pelanggan akan mampu bertahan ditengah persaingan karena produknya tetap diminati oleh pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 :Keragaman Produk mempunyai pengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing

Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Menurut Kotler dan Amstrong (2001: 346) kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan Li et al (2006) mengatakan adanya pengaruh positif antara kualitas produk dengan keunggulan bersaing. Penelitian yang dilakukan Krishnamurti (2006) mengatakan adanya pengaruh positif antara kualitas produk dengan keunggulan bersaing.

Berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang diajukan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2 : Variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing

Keragaman Produk Terhadap Kinerja Bisnis

Produk menurut Stanton yang dikutip oleh Buchari Alma (2007:139), merupakan seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk di dalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (pengecer), dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya. Secara tradisional, pemasar mengklasifikasikan produk berdasarkan ciri-cirinya: daya tahan, wujud dan penggunaan (konsumen atau industri).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kotler dan Keller (2007) keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Karena variabel keragaman produk tersebut diukur dengan persepsi, sehingga berpengaruh positif dengan kinerja bisnis.

H3 : Variabel keragaman produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis

Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis

Menurut Kotler (2005:49), "Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat". Karena variable kualitas produk tersebut diukur dengan persepsi, sehingga berpengaruh positif dengan kinerja bisnis. Saat ini semua produsen memahami begitu pentingnya peranan dan arti kualitas produk yang unggul untuk memenuhi harapan pelanggan pada semua aspek produk yang dijual ke pasar. Para petinggi/manajemen puncak perusahaan juga umumnya semakin menyadari dan mempercayai adanya keterhubungan langsung antara kualitas produk terhadap customer satisfaction (kepuasan pelanggan) yang pada akhirnya akan meningkatkan raihan pangsa pasar (market share) di pasar sasaran.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh dilakukan Sri Hartini (2012) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dengan kinerja bisnis. Kualitas produk merupakan faktor penting dan berpengaruh positif yang menentukan kinerja perusahaan (Philips et al., 1983)

Berdasarkan telaah pustaka tersebut diatas dapat ditarik hipotesis

H4 : Kualitas Produkberpengaruh positif terhadap Kinerja Bisnis.

Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Bisnis

Menurut Philip Kottler dan Gary Amstrong (2005:322) keunggulan bersaing adalah suatu keunggulan diatas pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih kepada konsumen, baik melalui harga yang lebih rendah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang mendukung penetapan harga lebih mahal. Menurut Menurut Rivai dan Basri (2005) pengertian kinerja adalah kesediaan seseorang atau kelompok orang untuk melakukan sesuatu kegiatan dan menyempurnakannya sesuai dengan tanggung jawab dengan hasil seperti yang diharapkan.

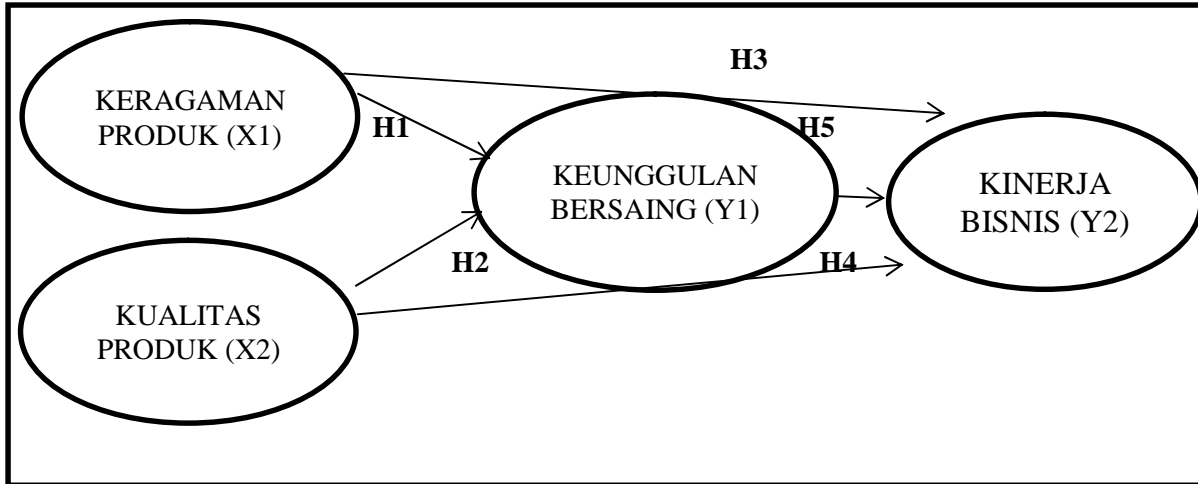
Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penelitian dari Sari (2003) menyatakan bahwa ada pengaruh positif antara keunggulan bersaing dengan kinerja bisnis. Hasil penelitian Li (2000,p.313) berhasil menemukan adanya pengaruh positif antara keunggulan bersaing dengan kinerja bisnis yang diukur melalui volume penjualan, tingkat keuntungan, pangsa pasar, dan return

on investment. Keunggulan bersaing dapat diperoleh dari kemampuan perusahaan untuk mengelola dan memanfaatkan sumber daya dan modal yang dimilikinya.

H5 : Keunggulan Bersaing mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja bisnis.

Gambar 1

Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber : dikembangkan untuk penelitian terdahulu dari Priscilla dan Devie (2013), Evie (2003), Trifandi (2012), Sri (2012), Meike (2009).

METODE PENELITIAN

Tabel 2

No.	Definisi Variabel	Indikator
1.	<p>Keragaman Produk</p> <p>Kumpulan dari semua produk dan unit produk yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli (Kotler, 2002:453).</p> <p>6 Indikator keragaman produk menurut Kotler:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan produk. 2. Varian produk (makanan). 3. Ketersediaan model produk. 4. Ketersediaan produk. 5. Ketersediaan warna produk. 6. Manfaat produk. 	<p>Dalam penelitian ini digunakan 3 indikator untuk menyesuaikan karakteristik produk makanan di Warung Makan Tlogosari, sebagai berikut :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Varian produk (makanan). 2) Ketersediaan produk (makanan). 3) Manfaat produk (warung makan).
2.	<p>Kualitas Produk</p> <p>Menurut Kotler and Armstrong (2004:283) arti dari kualitas produk adalah “the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes”. Yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Ada empat indikator menurut Kotler, 2004:291:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rasanya yang enak. 2. Fitur produk. 	<p>Dalam penelitian ini digunakan 3 indikator untuk menyesuaikan karakteristik produk makanan di Warung Makan Tlogosari, sebagai berikut :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Rasanya yang enak. 2) Keawetan. 3) Halal.

	<p>3. Daya Tahan kemasan. 4. Keawetan. 5. Halal</p>	
3.	<p>Keunggulan Bersaing Yaitu suatu keunggulan diatas pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih kepada konsumen, baik melalui harga yang lebih rendah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang mendukung penetapan harga lebih mahal. (Kottler & Amstrong, 2005). Ada lima indikator yang digunakan untuk mengukur keunggulan besaing dalam penelitian (Kottler & Amstrong, 2005) yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Keunikan produk adalah keunikan produk perusahaan yang memadukan nilai seni dengan selera pelanggan.2. Harga bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga produknya dengan harga umum di pasaran.3. Jarang dijumpai berarti keberadaanya langka dalam persaingan yang saat ini dilakukan.4. Tidak mudah ditiru berarti dapat ditiru oleh pesaing tetapi dengan tidak sempurna.5. Tidak mudah digantikan berarti tidak memiliki pengganti yang sama.	<p>Dalam penelitian ini digunakan 3 indikator untuk menyesuaikan karakteristik produk makanan di Warung Makan Tlogosari, sebagai berikut :</p> <ol style="list-style-type: none">1) Keunikan produk(makanan).2) Harga bersaing.3) Tidak mudah digantikan berarti tidak memiliki pengganti yang sama
4.	<p>Kinerja Bisnis Menurut Fauzi (1995:207) “Kinerja merupakan suatu istilah umum yang digunakan untuk sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode, seiring dengan referensi pada sejumlah standar seperti biaya-biaya masa lalu atau yang diproyeksikan, suatu dasar efisiensi, pertanggungjawaban atau akuntabilitas manajemen dan semacamnya”. Menurut Mulyadi (2001:337) “Kinerja adalah keberhasilan personil, tim, atau unit organisasi dalam mewujudkan sasaran strategik yang telah ditetapkan sebelumnya dengan perilaku yang diharapkan” 3 Indikator Kinerja Bisnis :</p> <ol style="list-style-type: none">1) Pertumbuhan penjualan.2) Asset.3) Pertumbuhan pelanggan.	<p>Dalam penelitian ini digunakan 3 indikator untuk menyesuaikan karakteristik produk makanan di Warung Makan Tlogosari, sebagai berikut :</p> <ol style="list-style-type: none">1) Pertumbuhan penjualan.2) Asset.3) Pertumbuhan pelanggan.

Metode Pengumpulan Data

Skala pengukuran menggunakan Skala Likert. Jawaban diberi nilai 1 sampai dengan 7. Tanggapan yang paling positif maksimal diberi nilai paling besar dan tanggapan yang paling negatif minimal diberi nilai paling kecil.

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

sangat tidak setuju

sangat setuju

Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu pemilik warung makan di wilayah Tlogosari Semarang. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia, jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan. Teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan *non probability* sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner. Berdasarkan kriteria tersebut, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 70 responden.

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Model regresi merupakan suatu model yang digunakan untuk menganalisis terjadinya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen (Ferdinand, 2006), maka digunakan model regresi linier berganda yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y1 = a + \beta_1 X1 + \beta_2 X2 + e$$
$$Y2 = a + \beta_3 Y1 + e$$

Keterangan :

Y2 : Kinerja Bisnis

Y1 : Keunggulan Bersaing

$\bar{Y}1$: *Standarized Predicted Value* untuk Y1

a : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien regresi

X1 : Keragaman Produk

X2 : Kualitas Produk

e : Kesalahan Estimasi Standar

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini yaitu pemilik warung makan yang ada di Wilayah Tlogosari Semarang. Kuesioner berjumlah 70 responden telah dikumpulkan dengan jawaban yang lengkap. Gambaran umum dari responden sebagai objek penelitian tersebut satu per satu dapat dijelaskan pada bagian berikut:

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden laki-laki sebanyak 64,3% lebih banyak dari responden wanita yang berjumlah 35,7%.

Selanjutnya bahwa untuk umur responden yang terbanyak adalah yang berumur antara 46 – 55 tahun sebanyak 38,5%. Proporsi demikian menunjukkan adanya distribusi umur yang mencolok adalah pada kisaran umur menengah.

Selanjutnya bahwa jenis pekerjaan yang paling banyak sebagai wiraswasta yaitu sebanyak 23 orang atau 32,8%.

Selanjutnya bahwa sebagian besar responden memiliki pendapatan sebesar Rp.2.500.001 – Rp.3.500.000 per bulan yaitu sebanyak 38,5%.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji keabsahan dari kuesioner dengan tujuan untuk mengukur suatu variabel. Sebuah indikator dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar r tabel (Ghozali, 2006).

Tabel 3
Hasil Pengujian Validitas

Variabel	No. Item	r-hitung		r-tabel	Keterangan
Keragaman Produk	X1.1	0,791	>	0,239	Valid
	X1.2	0,780	>	0,239	Valid
	X1.3	0,731	>	0,239	Valid
Kualitas Produk	X2.1	0,798	>	0,239	Valid
	X2.2	0,773	>	0,239	Valid
	X2.3	0,782	>	0,239	Valid
Keunggulan Bersaing	Y1.1	0,846	>	0,239	Valid
	Y1.2	0,721	>	0,239	Valid
	Y1.3	0,758	>	0,239	Valid
Kinerja Bisnis	Y2.1	0,804	>	0,239	Valid
	Y2.2	0,789	>	0,239	Valid
	Y2.3	0,673	>	0,239	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Dari tabel dapat diperoleh bahwa semua indikator yang digunakan dalam mengukur variabel-variabel yang digunakan penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari $r_{table} = 0,239$ (nilai r tabel untuk $n=70$), maka semua indikator tersebut adalah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat kehandalan dari sebuah alat ukur dalam mengukur suatu variabel. Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach Alpha. Ringkasan hasil dari pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4
Hasil Pengujian Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
1	Keragaman Produk	0,650	0,600	Reliabel
2	Kualitas Produk	0,686	0,600	Reliabel
3	Keunggulan Bersaing	0,671	0,600	Reliabel
4	Kinerja Bisnis	0,621	0,600	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,60 maka semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner yaitu reliabel sehingga agar selanjutnya item pada masing-masing konsep variabel ini layak digunakan untuk alat ukur.

Uji Asumsi Klasik

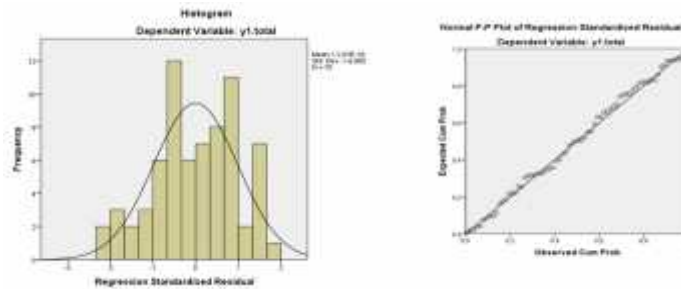
Penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier untuk menguji 5 hipotesis yang diajukan. Untuk itu uji asumsi klasik juga diujikan terhadap model tersebut.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya mempunyai distribusi normal atau tidak.

Uji Normalitas Model Keragaman Produk, Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Gambar 2
Hasil Pengujian Normalitas
Model 1

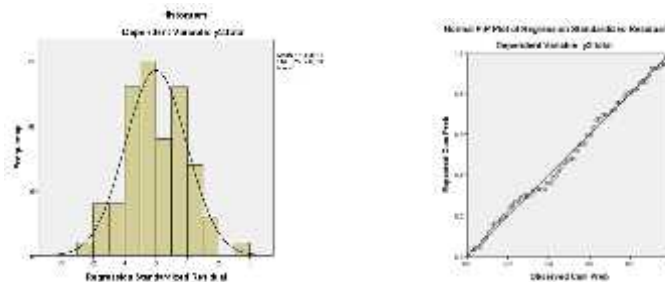


Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Berdasarkan grafik normal probability plot pada gambar diatas menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram pada gambar menunjukkan distribusi normal, maka model regresi ikatan finansial, ikatan sosial, ikatan struktural terhadap nilai utilitarian memenuhi asumsi normalitas.

Uji Normalitas Model Keragaman Produk, Kualitas Produk, Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Bisnis.

Gambar 3
Model 2



Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Berdasarkan grafik normal probability plot pada gambar diatas menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram pada gambar menunjukkan distribusi normal, maka model regresi keragaman produk, kualitas produk, keunggulan bersaing terhadap kinerja bisnis memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yaitu uji yang bertujuan untuk membuktikan ada tidaknya hubungan yang linear antara variabel independen satu dengan variabel independen yang lainnya.

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinearitas Model 1

Model 1		
Variabel	Tolerance	VIF
Keragaman Produk	0,981	1,020
Kualitas Produk	0,981	1,020

Sumber: Data primer yang diolah, 2014

Berdasarkan hasil dari pengujian multikolinearitas pada tabel dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 7, maka dapat disimpulkan bahwa data bebas dari multikolinearitas model 1.

Tabel 6
Hasil Uji Multikolinearitas Model 2

Model 2		
Variabel	Tolerance	VIF
Keragaman Produk	0,399	2,504
Kualitas Produk	0,462	2,163
Keunggulan Bersaing	0,306	3,265

Sumber: Data primer yang diolah, 2014

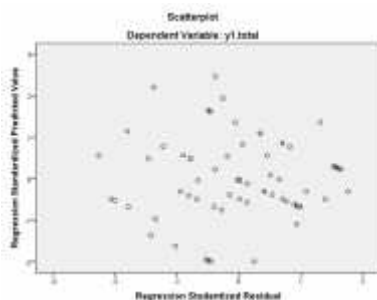
Berdasarkan hasil dari pengujian multikolinearitas pada Tabel 4.16 dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 7, maka dapat disimpulkan bahwa data bebas dari multikolinearitas model 2.

Uji Heteroskedastisitas

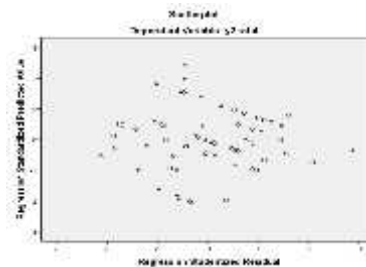
Menurut Imam Ghozali (2006) pendekatan yang bisa dipergunakan dalam mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan cara melihat pada grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya yaitu SRESID.

Gambar 4

Uji Heterokedastisitas Model 1



Uji Heterokedastisitas Model 2



Sumber: Data primer yang diolah, 2014

Berdasarkan grafik scatterplots pada gambar model1 dan model2 terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model 1 dan model 2 penelitian ini.

Uji Goodness of Fit

Uji Kelayakan Model(Uji F)

Uji F digunakan untuk melakukan pengujian variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya

Tabel 7
Hasil Uji F Model1

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	337,616	2	168,808	75,893	,000 ^b
	Residual	149,027	67	2,224		
	Total	486,643	69			

a. Dependent Variable: y1.total

b. Predictors: (Constant), x2.total, x1.total

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Pada model 1 diperoleh nilai F sebesar 75,893 dengan tingkat signifikansi 0,000. Jika dilihat dari nilai signifikansi F tersebut diperoleh bahwa nilai signifikansi tersebut dibawah dari 0,05. Hal ini berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa variabel keragaman produk, kualitas produk sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing dan memiliki persamaan model regresi yang baik.

Tabel 8
Hasil Uji F Model2

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	362,162	3	120,721	68,143	,000 ^b
	Residual	116,924	66	1,772		
	Total	479,086	69			

a. Dependent Variable: y2.total

b. Predictors: (Constant), y1.total, x2.total, x1.total

Pada model 2 diperoleh nilai F sebesar 68,143 dengan tingkat signifikansi 0,000. Jika dilihat dari nilai signifikansi F tersebut diperoleh bahwa nilai signifikansi tersebut dibawah dari 0,05. Hal ini berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa pengaruh variabel keragaman produk, kualitas produk, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja bisnis memiliki persamaan model regresi yang baik.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya yaitu untuk mengetahui bahwa seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen yang secara individual dalam menerangkan variasi terhadap variabel dependen (Ghozali, 2006).

Tabel 9
Hasil Uji t Model 1
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,355	1,269		-2,644	,010
	Keragaman Produk	,644	,065	,674	9,875	,000
	Kualitas Produk	,585	,068	,592	8,666	,000

a. Dependent Variable: y1.total

Sumber: Hasil output SPSS, 2014

Berdasarkan tabel diatas maka keputusan hipotesis adalah sebagai berikut :

Hipotesis pertama, pengujian pengaruh keragaman produk terhadap keunggulan bersaing menunjukkan nilai t hitung = $9,875 > t$ tabel = $1,997$ dengan tingkat signifikansi $0,000$. Karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka **H1 dapat diterima**. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Hipotesis kedua, pengujian pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing menunjukkan t hitung sebesar $8,666$ dengan tingkat signifikansi $0,000$. Karena tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$ dan t hitung $8,666 < t$ table $1,997$ maka **H2 dapat diterima**. Dengan kata lain kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Tabel 10
Hasil Uji t Model 2
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-2,843	1,190		-2,389	,020
	Keragaman Produk	,433	,091	,457	4,751	,000
	Kualitas Produk	,516	,088	,526	5,881	,000
	Keunggulan Bersaing	,253	,109	,255	2,323	,023

a. Dependent Variable: y2.total

Sumber : Hasil output SPSS, 2014

Hipotesis ketiga, pengujian pengaruh keragaman produk terhadap kinerja bisnis menunjukkan nilai t hitung = $4,751 > t$ tabel = $1,997$ dengan tingkat signifikansi $0,00$. Karena nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ maka **H3 dapat diterima**. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.

Hipotesis keempat, pengujian pengaruh kualitas produk terhadap kinerja bisnis menunjukkan t hitung sebesar $5,881 > t$ table = $1,997$ dengan tingkat signifikansi $0,000$. Karena tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka **H4 dapat diterima**. Dengan kata lain kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.

Hipotesis kelima, pengujian pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja bisnis menunjukkan t hitung sebesar $2,323 > t$ table = $1,997$ dengan tingkat signifikansi $0,023$. Karena tingkat signifikansi $0,023 < 0,05$ maka H4 dapat diterima. Dengan kata lain keunggulan bersaing positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) yaitu digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu (Ghozali, 2001). Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel di bawah ini :

Tabel 11
Hasil Uji Determinasi Model 1
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,833 ^a	,694	,685	1,49140	2,041

a. Predictors: (Constant), x2.total, x1.total

b. Dependent Variable: y1.total

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Berdasarkan dari hasil perhitungan model 1 dengan menggunakan SPSS versi 22 tentang model summary di atas menunjukkan bahwa besarnya koefisien determinasi (Adjusted R^2) adalah 0,685. Hal ini berarti hanya 68,5% variasi keunggulan bersaing dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen di atas, yaitu keragaman produk dan kualitas produk. Sisanya sebesar 31,5% dijelaskan dengan variabel-variabel diluar model.

Tabel 12
Hasil Uji Determinasi Model 2
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,869 ^a	,756	,745	1,33101	2,022

a. Predictors: (Constant), y1.total, x2.total, x1.total

b. Dependent Variable: y2.total

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Berdasarkan dari hasil perhitungan model 2 dengan menggunakan SPSS versi 22 tentang model summary di atas menunjukkan bahwa besarnya koefisien determinasi (Adjusted R^2) adalah 0,745. Hal ini berarti hanya 74,5% variasi kinerja bisnis dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen di atas, yaitu keragaman produk, kualitas produk, dan keunggulan bersaing.. Sisanya sebesar 25,5 % dijelaskan dengan variabel-variabel diluar model.

Model Regresi

Analisis regresi berganda yang telah dilakukan diperoleh koefisien regresi, nilai t hitung dan tingkat signifikansi dapat dilihat pada tabel 4.12 dan tabel 4.13 berikut :

Tabel 13
Hasil Analisis Regresi Model 1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,355	1,269		-2,644	,010
	Keragaman Produk	,644	,065	,674	9,875	,000
	Kualitas Produk	,585	,068	,592	8,666	,000

a. Dependent Variable: y1.total

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Dari hasil tersebut, persamaan regresi yang diperoleh yaitu sebagai berikut:

$$Y_1 = 0,674 X_1 + 0,592 X_2$$

Keterangan:

Y₁ : Keunggulan Bersaing

X₁ : Keragaman Produk

X₂ : Kualitas Produk

Arti persamaan diatas adalah sebagai berikut :

Koefisien regresi variabel keragaman produk berpengaruh positif, semakin erat keragaman produk maka semakin tinggi keunggulan bersaing.

Koefisien regresi variabel kualitas produk berpengaruh positif, semakin erat kualitas produk maka semakin tinggi keunggulan bersaing.

Berdasarkan tabel tampak bahwa variabel keragaman produk (X₁) mempunyai pengaruh paling besar yaitu sebesar (0,674) terhadap variabel terikat keunggulan bersaing sedangkan variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang terendah (0,592) terhadap variabel keunggulan bersaing

Tabel 14
Hasil Regresi Model 2
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-2,843	1,190		-2,389	,020
	Keragaman produk	,433	,091	,457	4,751	,000
	Kualitas produk	,516	,088	,526	5,881	,000
	Keunggulan Bersaing	,253	,109	,255	2,323	,023

a. Dependent Variable: y2.total

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Dari hasil tersebut, persamaan regresi yang diperoleh yaitu sebagai berikut:

$$Y_2 = 0,457X_1 + 0,526X_2 + 0,255Y_1$$

Keterangan :

Y₁ = Keunggulan Bersaing

Y₂ = Kinerja Bisnis

X₁ = Keragaman Produk

X₂ = Kualitas Produk

Arti persamaan diatas adalah sebagai berikut :

Koefisien regresi variabel keragaman produk berpengaruh positif, semakin erat keragaman produk maka semakin tinggi kinerja bisnis.

Koefisien regresi variabel kualitas produk berpengaruh positif, semakin erat kualitas produk maka semakin tinggi minat kinerja bisnis.

Koefisien regresi variabel keunggulan bersaing berpengaruh positif, semakin tinggi keunggulan bersaing maka semakin tinggi kinerja bisnis.

Berdasarkan tabel 4.18 tampak bahwa variabel Keunggulan Bersaing (Y₁) mempunyai pengaruh paling rendah yaitu sebesar (0,255) terhadap variabel kinerja bisnis sedangkan variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang tinggi (0,526) terhadap variabel kinerja bisnis.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mengenai maraknya bisnis kuliner dan pengaruh keragaman produk dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing yang berdampak pada kinerja bisnis pada warung makan di Pusat Kuliner di Wilayah Tlogosari maka pemilik warung makan harus pandai menetapkan strategi penjualan dengan memberikan nilai jumlah pada produk (makanan) atau jasa baik dalam segi pelayanan hingga variasi produk (makanan) yang ada di warung makan.

Keragaman Produk terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi keragaman suatu produk maka akan meningkatkan keunggulan bersaing. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan pengaruh Keragaman Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada warung makan di Pusat Kuliner di Wilayah Tlogosari dapat diterima.

Kualitas Produk terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Semakin tinggi Kualitas Produk suatu produk maka akan meningkatkan Keunggulan Bersaing. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan pengaruh Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada warung makan di Pusat Kuliner di Wilayah Tlogosari dapat diterima.

Keragaman Produk terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi keragaman suatu produk maka akan meningkatkan Kinerja Bisnis. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan pengaruh Keragaman Produk terhadap Kinerja Bisnis pada warung makan di Pusat Kuliner di Wilayah Tlogosari dapat diterima.

Kualitas Produk terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi Kualitas Produk suatu produk maka akan meningkatkan Kinerja Bisnis. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan pengaruh Kualitas Produk terhadap Kinerja Bisnis pada warung makan di Pusat Kuliner di Wilayah Tlogosari dapat diterima.

Keunggulan Bersaing terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi keunggulan bersaing pada suatu produk maka akan meningkatkan Kinerja Bisnis. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima yang menyatakan pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Bisnis pada warung makan di Pusat Kuliner di Wilayah Tlogosari dapat diterima.

Penelitian ini tentunya memiliki keterbatasan di dalamnya, diharapkan dengan uraian keterbatasan ini dapat digunakan sebagai perbaikan dimasa mendatang. Persamaan yang pertama, penelitian ini menggunakan dua variabel independen yaitu Keragaman Produk dan Kualitas Produk untuk menjelaskan variabel intervening yaitu Keunggulan Bersaing. Kedua variabel tersebut hanya memberikan kontribusi sebesar 69% dan belum memberikan kontribusi yang baik guna menjelaskan Keunggulan Bersaing. Hal tersebut berarti masih ada variabel-variabel lain sebesar 31% yang dapat mempengaruhi variabel Keunggulan Bersaing yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

Persamaan yang kedua penelitian ini menempatkan variabel intervening Keunggulan Bersaing sebagai variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen. Sehingga variabel independen menjadi Keragaman Produk, Kualitas Produk, dan Keunggulan Bersaing untuk menjelaskan variabel dependen yaitu Kinerja Bisnis. Ketiga variabel tersebut hanya memberikan kontribusi sebesar 75% dan dirasa belum cukup untuk mempengaruhi Kinerja Bisnis. Hal ini berarti masih ada variabel lainnya untuk mempengaruhi Kinerja Bisnis yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Penelitian mendatang sebaiknya disarankan untuk mereplikasi penelitian ini dengan menggunakan sample lebih besar dan luas secara geografis, demografis, maupun cakupan industrinya. Hal tersebut dimaksudkan agar tercapai perkembangan pemahaman mengenai hubungan antara eragaman produk, kualitas produk dan keunggulan bersaing terhadap kinerja bisnis.

Pada penelitian dimasa yang akan datang, mungkin pula dikembangkan indikator – indikator lain secara lebih detail dalam mengukur variabel – variabel penelitian.

Penelitian ini merekomendasikan agar meneliti masalah ini dengan menambahkan pengaruh faktor – faktor lain yang mempengaruhi keunggulan bersaing, misalnya kreatifitas program pemasaran.

REFERENSI

- Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung:Alfabeta.
- Almani, A.M. (2011). *Strategic Planning: A Tool for Managing Organizations in Competitive Environments*. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(9): 139-149.
- Askar, M. dan Mortagy, A.K., (2007), *Assessing the Relative Importance of Competitive Priorities in Egyptian Companies*, *SAM Advanced Management Journal*, Vol. 72, No.3, pp. 35-46.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam, Ghozali. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam, Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium Jilid 1*. Jakarta : PT. Prenhalindo.
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing management*, Prentice Hall.
- Kotler, P dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan K.L Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Edisi 12. Jakarta : Indeks
- Kotler, Philip dan K.L Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Kerin, Vadarajan, dan Peterson. 1992. *First Mover Advantage: A Conceptual Framework and Research Proposition*. *Journal of Marketing*, Vol.56, October hal 33-52.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Natasha, Priscilla dan Devie. 2013. *Analisa Pengaruh Strategic Planning Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Perusahaan*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, h: 1-12.
- Organizational Performance: Evidence From Small and Medium Enterprise. *African Journal of Business Management*, Vol.6, No.15, 6486-6496.
- .Purnama, Nursya'bani dan Hery Setiawan. 2003. *Analisa Pengaruh Sumber-Sumber Keunggulan Bersaing Bidang Pemasaran Terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur Di Indonesia*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, h: 105-130.
- Sarjono, Haryadi dan Winda Julianita. 2011. *SPSS vs LISREL*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiono. 2004. *Manajemen Pemasaran Modern*. Bandung : Alfabeta.
- Simamora, Bilson (2005) *Analisis Multivariat Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tjiptono, Fandi. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing.
- . 2008. *Strategi Pemasaran Edisi Tiga*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Uma, Sekaran. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi 4. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.