

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **1.1. Gambaran Umum Batik Jepara**

##### **1.1.1. Sejarah Batik Jepara**

Batik Jepara adalah batik yang menggunakan motif sesuai seni yang terkenal dari Jepara hingga ke mancanegara yaitu Seni Ukir. Batik Jepara menggunakan gambar-gambar atau motif-motif Ukiran khas Jepara. Seni batik di Jepara di buat oleh komunitas peduli Batik Jepara, maka mereka membuat batik dengan ciri khas Jepara diantaranya motif-motif seni ukir yang khas dari Jepara. Selain hal tersebut komunitas tersebut membatik menggalakan membatik, sebab membatik adalah suatu hal yang bisa melatih untuk mengontrol emosi, di karenakan membatik membutuhkan ketelitian dan kesabaran.

Seni batik di Jepara telah ada sejak era Kartini. Sudah ada satu abad lebih era batik Jepara hilang dari peredaran. Batik pada zaman dahulu hingga sekarang masih dikerjakan oleh kalangan ibu-ibu. Maka dari itu tidak salah jika batik ini lebih dekat dengan seni ibu. Motif batik peninggalan eyangnya itu ada yang berupa bunga kantil, salah satu pohonnya ada di belakang pendapa Kabupaten Jepara. Motif lain adalah Parang Gondosuli, dan motif Srikaton. Motif terakhir ini bergaya Mataraman, namun berbeda dengan yang ada di Solo dan Yogyakarta yang lebih masyhur dengan istilah Srigunung. Kini Suyanti bersama paguyubannya sudah membuat setidaknya puluhan motif baru.

Butuh keseriusan untuk tetap membumikan batik yang kini menjadi salahsatu kekhasan Indonesia. Pihaknya yakin, batik akan tetap bisa diterima masyarakat. Yang patut diperhatikan saat ini adalah membina generasi penerus yang memiliki perhatian terhadap batik. Bupati Jepara Hendro Martojo mengungkapkan, advokasi dilakukan Pemkab dengan mengupayakan pendaftaran hak cipta untuk karya batik khas Jepara. Selain itu juga memperluas pengenalan batik, terutama untuk kalangan pelajar di sekolah yang khusus memberikan perhatian pada seni membatik. Dalam buku karya Rouffoer yang sudah diterjemahkan, yakni Kesenian Batik di Hindia Belanda dan Sejarahnya. Dalam buku itu disebutkan, RA Kartini pernah mengirim cendera mata ke Belanda berupa kain batik khas Jepara.

Jepara sebagai kota kelahiran RA. Kartini ini terletak di ujung utara pulau Jawa, tepatnya di Propinsi Jawa Tengah. Jepara lebih dikenal dengan sebutan Kota Ukir. Tak banyak yang mengetahui jika Jepara juga memiliki kerajinan berupa kain batik. Memang batik Jepara tidak berkembang pesat seperti batik dari daerah lain. Mungkin sebagian orang lebih mengetahui potensi tekstil yang lain, yaitu berupa kain tenun ikat troso. Seni batik di Jepara telah ada sejak jaman Kartini, sehingga banyak yang menyebutnya Batik Kartini. Namun sayang sudah satu abad lebih batik Jepara hilang dari peredaran. Budaya batik di Jepara tidak lepas dari peran Kartini. Selain bisa membatik, Kartini juga mengajarkan ketrampilan membatik di Pendopo kediamannya. Tak hanya itu, beliau juga menulis tentang batik dalam Bahasa Belanda sehingga batik dikenal disana.

### 1.1.2. Motif Batik Jepara

Batik Jepara menggunakan motif ukiran kayu Jepara. Sebagian motif yang dipamerkan ternyata terinspirasi dari corak ukir Jepara. Misalnya:

#### 1. Motif Parang Poro

Parang Poro (singkatan dari "Parang Jeporo", yang artinya "Parang Jepara") Parang Motif Batik Penting Tapi Ternyata Tak Sekadar Motif Jeporo yang disusun miring dan berupa stilisasi ranting dan dedaunan yang saling berkaitan ternyata digali dari corak ukir Jepara. Makna motif ini adalah hidup saling membutuhkan.

#### 2. Motif Lung-Lungan

Begitu juga motif lung-lungan, terinspirasi dari motif relief ukir Jepara yang ada di Desa Senenan.

#### 3. Motif Kembang Setaman

Motif Kembang Setaman berupa motif ulir yang dihiasi bunga aneka warna dan kupu-kupu, yang menggambarkan harmoni keindahan taman bunga.

#### 4. Motif Elung Bimo Kurdo

Motif Elung Bimo Kurdo berupa bentuk lung yang besar-besar, yang diilhami motif batik penting tetapi ternyata tak sekadar motif dari tokoh pewayangan Bima, serta menunjukkan karakter agung, kokoh dan wibawa.

## 5. Motif Sido Arum

Motif Sido Arum merupakan motif yang diilhami dari motif-motif klasik yang sudah ada seperti Sido Mukti, Sido Pangkat, dan sebagainya. Motif ini mengandung pesan agar derajat pangkat bermanfaat bagi kehidupan.

## 6. Motif Sekar Jagat Bumi Kartini

Motif ini terinspirasi dari motif Sekar Jagat yang sudah ada namun terdapat nuansa yang berbeda pada garis pembatasnya yang berupa stilisasi bunga melati. Harapan simboliknya, batik yang ada di Jepara ini aromanya akan menyebar ke seluruh penjuru negeri.

## 1.2. Penyajian Data Responden

### 1.2.1. Usia Responden

Penyajian data mengenai identitas usia responden di sini adalah untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri para responden. Data responden berdasarkan usianya disajikan pada Tabel 4.1.

**Tabel 4.1**

### **Umur Responden**

Umur	Jumlah(Orang)
Kurang dari 20 tahun	8
20 – 30 tahun	15
30 – 40 tahun	31
Lrbihdari 40 tahun	14
Jumlah	68

Sumber: Data primer yang diolah, 2019. (Lamp. 3 Hal2).



Data di atas menunjukkan bahwa dari 68 responden, sebagian besar adalah responden yang berusia antara 30 – 40 tahun yaitu 31 orang. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha batik Jepara adalah mereka yang berpengalaman dan telah lama menggeluti usaha batik.

### 1.2.2. Pendidikan Responden

Data responden yang telah berpartisipasi dalam upaya menjawab daftar pertanyaan atau kuesioner berdasarkan tingkat pendidikannya adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Pendidikan Responden**

Pendidikan	Jumlah(Orang)
SD	12
SLTP	14
SLTA	26
Perguruan Tinggi	16
Total	68

Sumber: Data primer yang diolah, 2019. (Lamp. 3 Hal2).

Sebagian besar tingkat pendidikan responden yang menjadi pengusaha batik Jepara adalah yang tingkat pendidikannya SLTA yaitu sebesar 26. Hal ini menunjukkan sebagian besar pengusaha batik Jepara banyak yang berpendidikan hingga tingkat SLTA.

### 1.2.3. Pendapatan Responden

Data responden yang telah berpartisipasi dalam upaya menjawab daftar pertanyaan atau kuesioner berdasarkan pendapatannya tiap bulan disajikan pada Tabel 4.3.

**Tabel 4.3.**  
**Pendapatan Responden**

Jabatan	Jumlah(Orang)
Kurang dari Rp. 1.000.000	1
Rp. 1.100,000-Rp.5.000.000	36
Rp.5.100.000-Rp.10.100.000	20
Lebihdari Rp. 10.100.000	11
Total	68

Sumber: Data primer yang diolah, 2019. (Lamp. 3 Hal2).

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar pendapatan responden adalah yang pendapatannya antara Rp. 1,100.000 - Rp.5.000.000 sebesar 36. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha batik Jepara pendapatannya cukup tinggi. Para pengusaha kebanyakan mengambil sedikit uang untuk keperluannya sebagai pendapatan, sementara hasil batik banyak digunakan untuk investasi stok kain dan pembelian lilin dan pewarna sebagai bahan baku.

### **1.3. Penyajian Data Variabel**

#### **1.3.1. Kualitas Produk(X1)**

Kualitas produk adalah kemampuan produk dalam meragakan fungsinya (Ginting, 2012), kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsinya, meliputi keandalan produk, daya tahan, kemudahan dalam mengoperasikan dan perbaikan, ketepatan, serta atribut bernilai lainnya (Kotler dan Amstrong, 2012).Data hasil kuesiner berdasarkan kualitas produk disajikan pada Tabel 4.4.

**Tabel 4.4**  
**Data Pernyataan Responden Berdasarkan Kualitas Produk**

Item	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Mean
X <sub>1.1</sub> . Keawetan produk	0	4	19	32	13	3,79
X <sub>1.2</sub> . Bahan baku yang teruji berkualitas (kuat)	0	11	15	33	9	3,59
X <sub>1.2</sub> . Didesain dengan cara yang aman	0	2	17	34	15	3,91
X <sub>1.2</sub> . Mampu membuat dalam jumlah volume yang banyak	0	0	19	35	14	3,93
Jumlah	0	17	54	103	42	

Sumber: Data primer yang diolah, 2019. (Lamp. 3 Hal3).

Data di atas menunjukkan bahwa dari 68 responden, sebagian besar atau ada 32 responden menyatakan setuju bila BatikJepara awet dan tahan lama. Menurut responden batikjepara menggunakan bahan alami kain dengan bahan kapas serta dari katun halus sehingga awet dan tahan lama. Ada 33 responden menyatakan setuju bila Bahan pembuatan Batik Jepara berkualitas. Kualitas batikJepara selain dari bahan, juga motif yang khas dan tidak ditemukan dari batik lain di Indonesia. Ada 34 responden menyatakan setuju bila Desain atau motif batik Jepara menarik dan nyaman digunakan. Banyak pengusaha menyatakan batiknya nyaman, karena pewarnaan tidak menggunakan bahan pewarna berbahaya, sehingga nyaman dan tidak gatal saat dipakai. Ada 35 responden menyatakan setuju bila para pengusaha batikJepara mampu membuat batik dalam jumlah yang banyak. Batik di Jepara telah memiliki paguyuban pengusaha batik, sehingga bila ada yang kelebihan order, maka akan dipesankan kepada sesama rekan pengusaha di Jepara, sehingga batik Jepara dapat diproduksi secara massal.

### 1.3.2. Inovasi (X2)

Menurut robinson, 2012, inovasi adalah konsep yang lebih luas yang membahas penerapan gagasan, produk atau proses yang baru. Inovasi juga didefinisikan sebagai penerapan yang berhasil dari gagasan kreatif perusahaan. Oleh karena itu perusahaan diharapkan membentuk pemikiran–pemikiran baru dalam menghadapi baik pesaing, pelanggan dan pasar yang ada. Adanya kesamaan tampilan produk sejenis maupun sistem perusahaan sejenis dari pesaing merupakan faktor pendorong terjadinya inovasi, biasanya produk pesaing itu muncul tanpa mengalami perubahan yang berarti bahkan cenderung statis. Data hasil kuesiner berdasarkan inovasi disajikan pada Tabel 4.5.

**Tabel 4.5**  
**Data Pernyataan Responden Berdasarkan Inovasi**

Item	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Mean
X <sub>2.1</sub> . Penemuan	0	3	23	31	11	3,74
X <sub>2.2</sub> . Pengembangan	0	1	21	37	9	3,79
X <sub>2.3</sub> . Duplikasi	0	1	24	33	10	3,76
X <sub>2.4</sub> . Sintesis	0	2	21	34	11	3,79
Jumlah	0	7	89	135	41	

Sumber: Data primer yang diolah, 2019. (Lamp. 3 Hal4).

Data di atas menunjukkan bahwa dari 68 responden, sebagian besar atau ada 31 responden menyatakan setuju bila Para pengusaha telah melakukan penemuan produk batik Jepara jenis baru yang menarik. Produk Batik Jepara baru dikembangkan tahun 2015, dan batik Jepara menjadi menarik karena motifnya meniru ukiran yang lebih dahulu terkenal. Ada 37 responden menyatakan setuju bila Para pengusaha telah mengembangkan beragam produk baru batik Jepara dengan mengembangkan motif dan warna. Warna batik Jepara cenderung kalem



dan cerah khas pesisiran tapi juga menuruti permintaan pelanggan, seperti Hijau untuk RSUD Kartini, atau biru untuk UNISNU Jepara. Ada 33 responden menyatakan setuju bila Para pengusaha telah berusaha mengembangkan produk walau kadang melakukan duplikasi dalam motif batik Jepara. Pengembangan produk terutama motif banyakyang mengikuti perkembangan ukiran Jepara sehingga motif ukir menjadi ciri khas batikJepara. Ada 34 responden menyatakan setuju bila Saya mengembangkan produk batikJepara dengan bahan sintetis seperti katun kombat sutera sintesis. Ada beberapa instansi yang minta batikJepara dengan bahan non katun, dan itu akan di sesuaikan dengan harga jula, misal ada yang minta bahan sutera dan kedepannya akna dikembangkan batik Jepara pada kaos oblong.

### **1.3.3. Orientasi Teknologi (X3)**

Orientasi teknologi adalah menciptakan hubungan yang terbaik antara perusahaan dengan pelanggan. Teknologi informasi pemasaran memberikan nilai yang berbeda dengan apa yang diberikan pesaing, sehingga pelanggan akan merasakan perbedaan atas nilai yang mereka dapatkan dari pesaing dibandingkan apa yang didapat dari perusahaan. Orientasi teknologi menunjukkan teknologi informasi pemasaran perusahaan yang diukur dari derajat penggunaan teknologi derajat penggunaan teknologi canggi untuk kepentingan perusahaan, kecepatan menggabungkan sistem informasi yang terintegrasi, proaktif mengembangkan produkdan kemampuan melaksanakan implementasi produktersebut, Han, (2012). Data hasil kuesiner berdasarkan inovasi disajikan pada Tabel 4.6.

**Tabel 4.6**  
**Data Pernyataan Responden Berdasarkan Orientasi Teknologi**

Item	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Mean
X <sub>3.1</sub> . Penggunaan teknologi	1	1	17	39	10	3,82
X <sub>3.2</sub> . Mempercepat layanan	0	8	20	32	8	3,59
X <sub>3.3</sub> . Mendukung proses inovasi	0	1	23	34	10	3,78
X <sub>3.4</sub> . Kemudahan	0	0	23	33	12	3,83
Jumlah	1	10	83	138	40	

Sumber: Data primer yang diolah, 2019. (Lamp. 3 Hal6).

Data di atas menunjukkan bahwa dari 68 responden, sebagian besar atau ada 39 responden menyatakan setuju bila Perusahaan batikdi Jepara berusaha menggunakan teknologi terbaru agar dapat meningkatkan penjualan. Cara yang banyak dilakukan pengusaha adalah pemasaran melalui online dengan memanfaatkan social media. Ada 32 responden menyatakan setuju bila perusahaan saya berusaha untuk mempercepat layanan kepada langganan dalam melakukan pemasaran. banyakpengusaha batik Jepara yang telah terintegrasi dengan Tokopedia, Shopee dan Bukalapak, sehingga mempercepat layanan kepada konsumen. Ada 34 responden menyatakan setuju bila perusahaan berusaha bekerjasama dengan anggota lain dan lembaga demi mendukung proses inovasi produk. Usaha ini telah dilakukan dengan menggandeng instansi, seperti mengundang Microsoft yang telah mendukung inovasi batik fraktal, dan hal tersebut dapat dilakukan bersama para pengusaha batik Jepara Ada 33 responden menyatakan setuju bila perusahaan selalu berusaha belajar teknologi terutama sosialmedia demi kemudahan dalam mengoperasikan. Dinas Perindustrian, UMKM dan perdagangan juga memberikna fasilitasi pelatihan

sehingga para pengusaha dapat berkembang sesuai pasar yang ada, yakni melalui sosial media.

#### 1.3.4. Keunggulan Bersaing (Y)

Keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai unggul dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimilikinya (Droge dan Vickery, 2015). Data hasil kuesiner berdasarkan inovasi disajikan pada Tabel 4.7.

**Tabel 4.7**  
**Data Pernyataan Responden Berdasarkan Keunggulan Bersaing**

Item	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Mean
Y.1. Bernilai	0	2	22	31	13	3,81
Y.2. Berbeda dengan yang lain	0	1	21	37	9	3,79
Y.3. Tidakmudahtergantikan	0	1	18	38	11	3,87
Jumlah	0	4	61	106	33	

Sumber: Data primer yang diolah, 2019. (Lamp. 3 Hal7).

Data di atas menunjukkan bahwa dari 68 responden, sebagian besar atau ada 31 responden menyatakan setuju bila kualitas produk kami bernilai, karena berhasil diciptakan oleh perusahaan. Nilai batik Jepara dianggap tinggi, karena batik ini dikembangkan langsung oleh R.A. Kartini, sehingga masyarakat akan mengenang Kartini bila mengenakan batik Jepara. Ada 37 responden menyatakan setuju bila Batik Jepara memiliki keunikan sehingga membedakannya dari produk pesaing atau produk umum di pasaran. Keunikan terutama nampak dari motif batik Jepara yang memperlihatkan karya

masyarakatnya sebagai pengukir handal yang terkenal hingga manca negara. Ada 38 responden menyatakan setuju bila Batik Jepara tidak mudah tergantikan, walaupun ada batik yang lain. batik Jepara memang tak tergantikan, karena batik ini khas Jepara dan tidak dapat ditemukan dari daerah lainnya.

#### 1.4. Uji Kualitas Data

##### 1.4.1. Uji Validitas

Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  pada  $\alpha = 0,05$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir atau pertanyaan dikatakan valid. Nilai  $r_{tabel}$  pada  $N = 68$  dan  $\alpha 5\% = 0,1829$ . Hasil uji validitas data kuesioner untuk disajikan pada tabel 4.8.

**Tabel 4.8.**  
**Uji Validitas**

Variabel	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kategori
kualitas Produk ( $X_1$ )	X <sub>1.1</sub>	0,612	0,1829	Valid
	X <sub>1.2</sub>	0,546	0,1829	Valid
	X <sub>1.3</sub>	0,569	0,1829	Valid
	X <sub>1.4</sub>	0,536	0,1829	Valid
Inovasi ( $X_2$ )	X <sub>2.1</sub>	0,666	0,1829	Valid
	X <sub>2.2</sub>	0,868	0,1829	Valid
	X <sub>2.3</sub>	0,819	0,1829	Valid
	X <sub>2.4</sub>	0,514	0,1829	Valid
Orientasi teknologi ( $X_3$ )	X <sub>3.1</sub>	0,330	0,1829	Valid
	X <sub>3.2</sub>	0,453	0,1829	Valid
	X <sub>3.3</sub>	0,529	0,1829	Valid
	X <sub>3.4</sub>	0,678	0,1829	Valid
Keunggulan bersaing (Y)	Y.1	0,734	0,1829	Valid
	Y.2	0,586	0,1829	Valid
	Y.3	0,392	0,1829	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019. (Lamp. 4 Hal1-3).



Berdasarkan hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini valid dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

#### 1.4.2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2001). Suatu variable dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbachalpha* lebih besar dari 0,6.

Hasil perhitungan reliabilitas disajikan pada Tabel 4.9 sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbachal pha</i>	Standar Uji	Keterangan
Kualitas produk( $X_1$ )	0,762	0,60	Reliabel
Inovasi ( $X_2$ )	0,861	0,60	Reliabel
Orientasi Teknologi ( $X_3$ )	0,702	0,60	Reliabel
Keunggulan bersaing (Y)	0,735	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2019. (Lamp. 4 Hal1-3).

Dari hasil Tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwa kuesioner masing-masing variabel mempunyai nilai *CronbachAlpha*  $> 0,60$  sehingga dapat dikatakan bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini reliabel atau andal.

## 1.5. Uji Asumsi Klasik

### 1.5.1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Suatu model regresi bebas dari problem ini apabila memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 atau sama dengan VIF kurang dari 10.

**Tabel 4.10**

**Uji VIF**

Model	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)					
Kualitas produk	.875	.352	.123	.226	4.419
Inovasi	.907	.537	.209	.229	4.362
Orientasi Teknologi	.905	.343	.120	.160	6.231

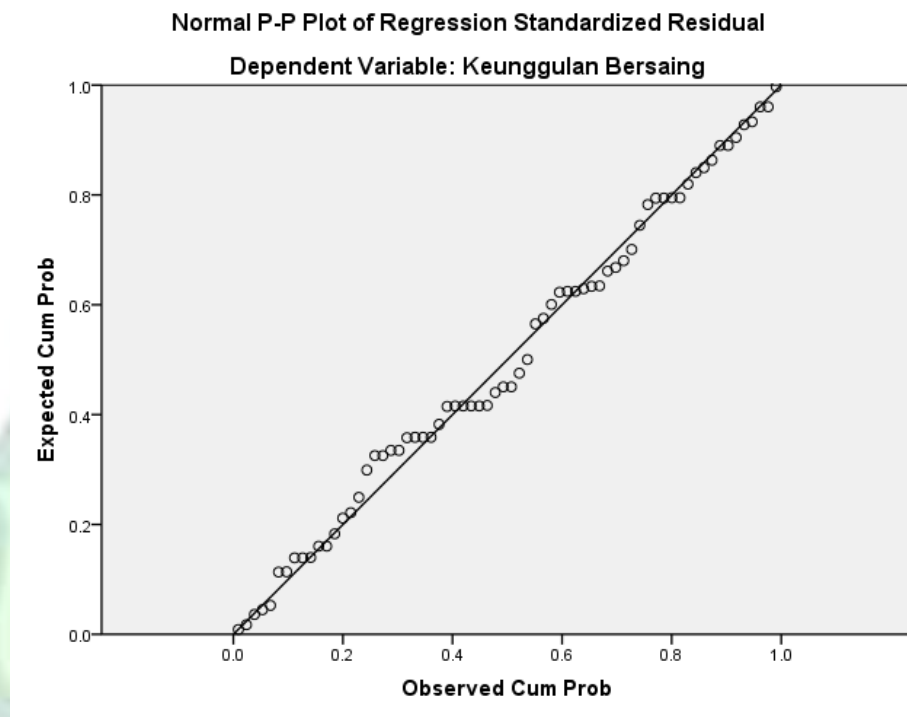
Sumber: Data primer yang diolah, 2019. (Lamp. 5 Hal3).

Bahwa semua variable memiliki nilai *Tolerance* lebih dari 0,1 sedangkan VIF lebih kecil dari 10. berdasarkan angka-angka ini dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi penelitian ini lolos dari problem multikolinieritas.

### 1.5.2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variable bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal (Imam Ghazali, 2002). Dasar pengambilan keputusan

adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis *histogram* menuju pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Berikut ini hasil pengujiannya.



Sumber: Data primer yang diolah, 2019. (Lamp. 5 Hal 6).

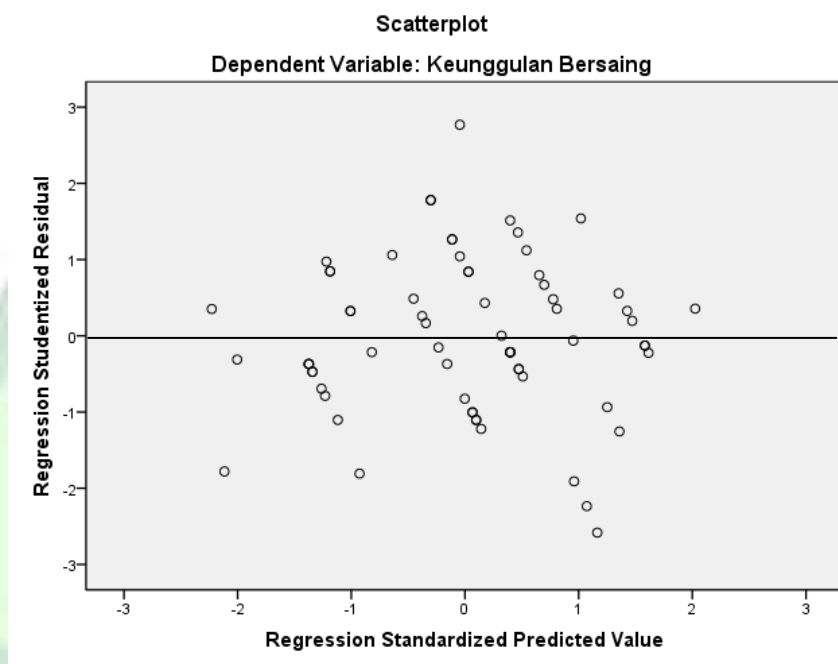
**Gambar 4.1.**  
**Uji Normalitas**

Berdasarkan Gambar 4.1 dapat dilihat bahwa pola data mengikuti garis diagonal sehingga disimpulkan model regresi ini memenuhi asumsi normalitas.

### 1.5.3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varian yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat

diagram *scatterplot* yaitu apabila data membentuk suatu pola tertentu maka terjadi heteroskedastisitas yang serius. Sedangkan modelregresi bebas heteroskedastisitas apabila pola pada *scatter plot* tidak teratur atau menyebar di atas dan di bawah nilai nol. Berikut ini hasil pengujian heteroskedastisitas.



Sumber: Data primer yang diolah, 2019. (Lamp. 5 Hal 7).

**Gambar 4.2**  
**Uji Heteroskedastisitas Dengan Scatter Plot**

## 1.6. Analisis data

### 1.6.1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh variabel Kualitas produk, Inovasi, Orientasi teknologi bersamaan terhadap variabel Keunggulan bersaing pengusaha batik Jepara. Hasil perhitungan koefisien regresi dengan SPSS 18, dapat dilihat pada Tabel 4.1



**Tabel 4.11.**  
**Hasil Regresi berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.472	.494		.955	.343
Kualitas produk	.184	.061	.259	3.012	.004
Inovasi	.308	.061	.436	5.091	.000
Orientasi Teknologi	.237	.081	.299	2.921	.005

Sumber: Data primer yang diolah, 2019. (Lamp. 5 Hal 3).

Melihat nilai-nilai pada tabel 4.11, persamaan regresi berganda dapat disusun dengan mengambil data *Unstandardized Coefficients* karena data yang digunakan adalah berskala rasio murni, dan memiliki nilai nol mutlak. Selain itu *Unstandardized beta* dapat digunakan bila satuan pengukuran adalah sama, (Gujarati, 2003). Pada penelitian ini kolom isian kuisisionernya yaitu sangat setuju diberi angka (5), setuju (4), netral(3), tidak setuju (2) dan sangat tidak setuju (1) dengan penjelasan sebagai berikut:

$$Y = \alpha 0,472 + 0,184X_1 + 0,308X_2 + 0,237X_3$$

Interpretasi persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

- $\alpha = 0,472$  Artinya jika variabel independen (Kualitas Produk( $X_1$ ), inovasi ( $X_2$ ) dan orientasi teknologi ( $X_3$ )) nilai variabel(Y) sama dengan 0, maka keunggulan bersaing adalah sebesar 0,472 poin.
- $\beta_1 = 0,184$ , koefisien regresi kualitas produk, menyatakan setiap terjadi kenaikan kualitas produk, maka akan menaikkan keunggulan bersaing.
- $\beta_2 = 0,308$ , koefisien regresi inovasi, menyatakan setiap terjadi kenaikan inovasi, maka akan menaikkan keunggulan bersaing.
- $\beta_3 = 0,237$ , koefisien regresi orientasi teknologi, menyatakan setiap terjadi kenaikan orientasi teknologi, maka akan menaikkan keunggulan bersaing.

### 1.6.2. Uji Hipotesis F

Uji hipotesis F digunakan untuk pengujian terhadap pengaruh variabel Kualitas produk, Inovasi, Orientasi teknologi secara bersama-sama terhadap variabel Keunggulan bersaing pengusaha batik Jepara. Nilai F hitung dari hasil pengolahan data dengan SPSS dapat disajikan pada Tabel 4.12.

**Tabel 4.12**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

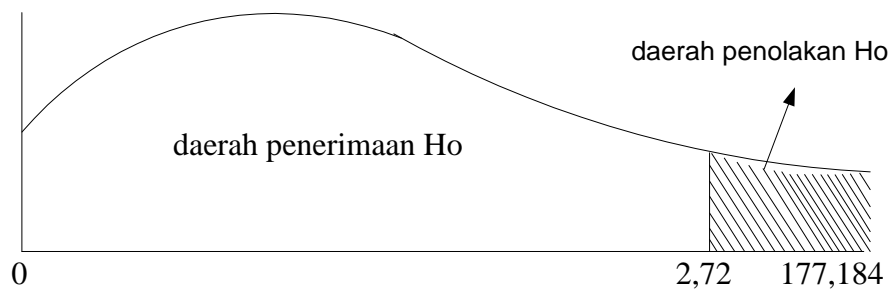
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	181.132	3	60.377	177.184	.000 <sup>a</sup>
	Residual	21.809	64	.341		
	Total	202.941	67			

a. Predictors: (Constant), Orientasi Teknologi, Inovasi, Kualitas produk

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Data primer yang diolah, 2019. (Lamp. 5 Hal2).

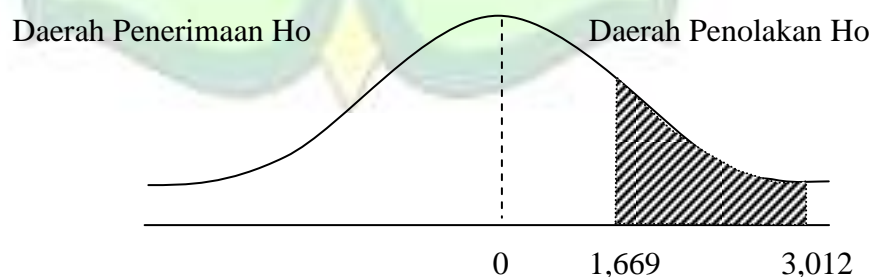
Nilai  $F_{hitung}$  dari table ANOVA diketahui sebesar 177,184. Dengan  $df = 68 - 3 - 1 = 64$ ,  $\alpha = 0,05$  diperoleh  $F_{tabel} = 2,72$ . Dalam analisis ini berarti nilai  $F_{hitung} (177,184) > F_{tabel}(2,72)$ , dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara variable Kualitas produk, Inovasi, Orientasi teknologi secara bersama-sama terhadap keunggulan bersaing pengusaha Batik Jepara. Untuk gambar uji hipotesis F dapat dilihat pada gambar 4.3.



**Gambar 4.3**  
**Uji Hipotesis F**

### 1.6.3. Pengujian Hipotesis Uji t

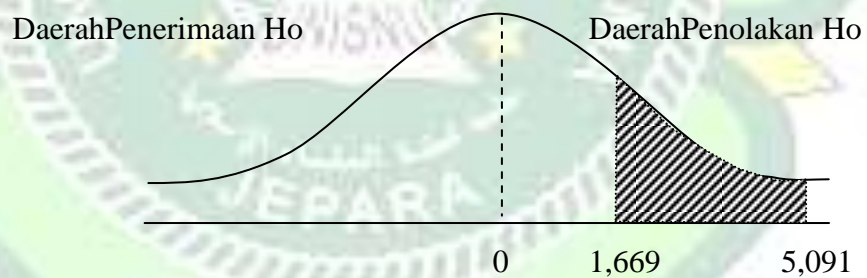
1. Uji t untuk pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pengusaha Batik Jepara. Dengan memperhatikan Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} = 3,012$ . Dengan sampel ( $n$ ) = 68 orang,  $\alpha = 0,05$  dan  $df = 68 - 3 - 1 = 64$  diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,669. Jadi nilai  $t_{hitung} = 3,012 > t_{tabel}(1,669)$  dan nilai signifikan  $0,004 < 0,05$ , dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi dapat dikatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variable kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pengusaha Batik Jepara. Gambar uji hipotesis t untuk pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pengusaha Batik Jepara dapat digambarkan:



**Gambar 4.4**  
**Uji t untuk kualitas produk**

Pada Gambar 4.4 ditunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung berada di daerah penolakan  $H_0$ , berarti dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pengusaha Batik Jepara.

- Uji  $t$  untuk pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing pengusaha BatikJepara. Dengan memperhatikan Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} = 5,091$ . Dengan sampel ( $n$ ) = 68 orang,  $\alpha = 0,05$  dan  $df = 68 - 3 - 1 = 64$  diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 5,091. Jadi nilai  $t_{hitung} = 5,091 > t_{tabel}(1,669)$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi dapat dikatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel inovasi terhadap keunggulan bersaing pengusaha Batik Jepara. Gambar uji hipotesis  $t$  untuk pengaruh motivasi terhadap keunggulan bersaing pengusaha BatikJepara dapat digambarkan:



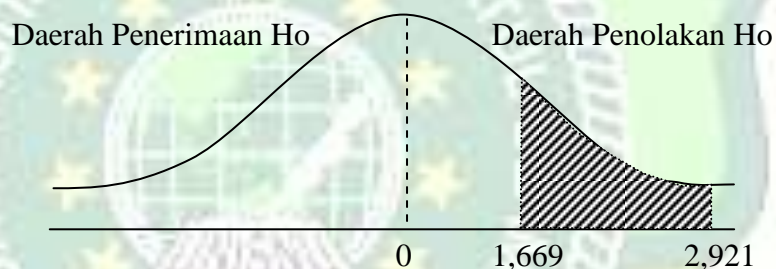
**Gambar 4.5**

**Uji  $t$  untuk inovasi**

Pada Gambar 4.5 ditunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung berada di daerah penolakan  $H_0$ , berarti dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara inovasi terhadap keunggulan bersaing pengusaha Batik Jepara.



3. Uji t untuk pengaruh orientasi teknologi terhadap keunggulan bersaing pengusaha BatikJepara. Dengan memperhatikan Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} = 2,921$  Dengan sampel(n) = 68 orang,  $\alpha = 0,05$  dan  $df = 68 - 3 - 1 = 64$  diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,669. Jadi nilai  $t_{hitung} = 2,921 > t_{tabel}(1,669)$  dan nilai signifikan  $0,005 < 0,05$ , dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi dapat dikatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel orientasi teknologi terhadap keunggulan bersaing pengusaha Batik Jepara. Gambar uji hipotesis t untuk pengaruh rientasi teknologi terhadap keunggulan bersaing pengusaha Batik Jepara dapat dilihat pada Gambar 4.6.



**Gambar 4.6**

**Uji Hipotesis t untuk orientasi teknologi**

Dari Gambar 4.6 ditunjukkan bahwa nilai t hitung berada di daerah penolakan  $H_0$ , berarti dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara orientasi teknologi terhadap keunggulan bersaing pengusaha Batik Jepara.

#### 1.6.4. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel Kualitas produk, Inovasi, Orientasi teknologi secara bersama-sama terhadap keunggulan bersaing pengusaha Batik Jepara. Nilai *R Square* terdapat pada Model Summary dari hasil analisis regresi yang disajikan pada Tabel 4.13.

**Tabel 4.13**  
**Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.945 <sup>a</sup>	.893	.887	.584

Sumber: Data primer yang diolah, 2019. (Lamp. 5 Hal 2).

Dengan melihat Tabel 4.13 diketahui nilai koefisien determinasi adalah  $(r^2) = 0,887 \times 100\% = 88,7\%$ , hal ini bahwa variabel Kualitas produk, Inovasi, Orientasi teknologi mempengaruhi perubahan terhadap keunggulan bersaing pengusaha Batik Jepara sebesar 88,7 %, sedangkan perubahan terhadap keunggulan bersaing pengusaha Batik Jepara sebesar 21,3 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

## 1.7. Pembahasan

### 1.7.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Uji t dengan nilai  $t_{hitung} = 3,012$ . Dengan sampel ( $n$ ) = 68 orang,  $\alpha = 0,05$  dan  $df = 68 - 3 - 1 = 64$  diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,669. Jadi nilai  $t_{hitung} = 3,012 > t_{tabel}(1,669)$  dan nilai signifikan  $0,004 < 0,05$ , dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi dapat dikatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pengusaha Batik Jepara.

Hasil Penelitian ini sama dengan penelitian Angga (2015) yang menyatakan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Kualitas produk yang tinggi akan diikuti dengan peningkatan inovasi produk yang tinggi. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Sonah Sitohang (2013) yang menyatakan bahwa kreativitas dapat diposisikan sebagai faktor determinan inovasi karena tanpa adanya kreativitas tidak akan ada inovasi, atau dengan kata lain inovasi merupakan konstruk yang digunakan untuk mengukur pengaruh dari kreativitas. Koefisien jalur adalah bobot pengaruh langsung variable kreativitas produk terhadap inovasi produk.

Menurut responden batik jepara menggunakan bahan alami kain dengan bahan kapas serta dari katun halus sehingga awet dan tahan lama. Kualitas batik Jepara selain dari bahan, juga motif yang khas dan tidak ditemukan dari batik lain di Indonesia. Banyak pengusaha menyatakan batiknya nyaman, karena pewarnaan tidak menggunakan bahan pewarna berbahaya, sehingga nyaman dan

tidak gatal saat dipakai. Batik di Jepara telah memiliki paguyuban pengusaha batik, sehingga bila ada yang kelebihan order, maka akan dipesankan kepada sesama rekan pengusaha di Jepara, sehingga batik Jepara dapat diproduksi secara massal

### **1.7.2. Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing**

Uji t untuk pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing pengusaha BatikJepara. Dengan memperhatikan Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} = 5,091$ . Dengan sampel ( $n$ ) = 68 orang,  $\alpha = 0,05$  dan  $df = 68 - 3 - 1 = 64$  diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,669. Jadi nilai  $t_{hitung} = 5,091 > t_{tabel}(1,669)$  dan nilai signifikan  $0,0000 < 0,05$ , dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi dapat dikatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel inovasi terhadap keunggulan bersaing pengusaha Batik Jepara.

Hasil Penelitian ini sama dengan Dahlia, dkk(2015) yang menyatakan terdapat pengaruh positif variable inovasi terhadap keunggulan bersaing menuju Asean Economic. Penelitian Ahmad dan Sukirman (2017) juga menyatakan inovasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Penelitian Ahmad (2012) juga menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing.

Hasil Penelitian ini sama dengan penelitian Heri (2012) inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Penelitian Gibran (2012) juga menyatakan terdapat pengaruh antara Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing pada factory outlet The Summit di jl Riau no 61 Bandung.



Produk Batik Jepara baru dikembangkan tahun 2015, dan batik Jepara menjadi menarik karena motifnya meniru ukiran yang lebih dahulu terkenal. Warna batik Jepara cenderung kalem dan cerah khas pesisiran tapi juga menuruti permintaan pelanggan, seperti Hijau untuk RSUD Kartini, atau biru untuk UNISNU Jepara. Pengembangan produk terutama motif banyak yang mengikuti perkembangan ukiran Jepara sehingga motif ukir menjadi ciri khas batik Jepara. Ada beberapa instansi yang minta batik Jepara dengan bahan non katun, dan itu akan di sesuaikan dengan harga jula, missal ada yang minta bahan sutera dan kedepannya akna dikembangkan batik Jepara pada kaos oblong.

### **1.7.3. Pengaruh Orientasi Teknologi Terhadap Keunggulan Bersaing**

Uji t untuk pengaruh orientasi teknologi terhadap keunggulan bersaing pengusaha Batik Jepara. Nilai  $t_{hitung} = 2,921$  Dengan sampel(n) = 68 orang,  $\alpha = 0,05$  dan  $df = 68 - 3 - 1 = 64$  diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,669. Jadi nilai  $t_{hitung} = 2,921 > t_{tabel}(1,669)$  dan nilai signifikan  $0,005 < 0,05$ , dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi dapat dikatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variable orientasi teknologi terhadap keunggulan bersaing pengusaha Batik Jepara.

Hasil Penelitian ini sama dengan Dahlia, dkk (2015) yang menyatakan terdapat pengaruh positif variable penggunaan teknologi informasi, dan inovasi terhadap keunggulan bersaing menuju Asean Economic. Penelitian Ahmad dan Sukirman (2017) juga menyatakan penerimaan teknologi informasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.



Cara yang banyak dilakukan pengusaha adalah pemasaran melalui online dengan memanfaatkan sosialmedia. Banyak pengusaha batik Jepara yang telah terintegrasi dengan Tokopedia, Shopee dan Bukalapak, sehingga mempercepat layanan kepada konsumen. Usaha ini telah dilakukan dengan menggandeng instansi, seperti mengundang Microsoft yang telah mendukung inovasi batik fraktal, dan hal tersebut dapat dilakukan bersama para pengusaha batik Jepara Dinas Perindustrian, UMKM dan perdagangan juga memberikan fasilitasi pelatihan sehingga para pengusaha dapat berkembang sesuai pasar yang ada, yakni melalui sosial media.

