



**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS STRATEGI  
BERSAING INDUSTRI UKM BORDIRAN / SULAMAN  
DI KOTA PADANG**

**Dahlia Kamener**

Economic Faculty, Bung Hatta University  
By Pass Street, Aie Pacah, Padang, Sumatera Barat  
Email Address: [dahlia.kamener@gmail.com](mailto:dahlia.kamener@gmail.com)

submitted: 2016.07.12 reviewed: 2016.06.27 accepted: 2017.01.11

<http://dx.doi.org/10.22202/economica.2015.5.1.688>

**Abstract**

*The study aimed to analyze the quality factors of competitive strategy on SME for Industrial embroidery in Padang city. With this research is expected to provide benefits to the industry, especially SMEs Industrial embroidery to be able to improve and consider the factors that can affect the quality of competitive strategy in this industry, which the factors influenced such as Quality Strategic Asset, Environment Adaptability and price strategic to the Quality Strategic Competition. The populations of this study were SME industry for the embroidery product in the city of Padang and used census sampling. Data retrieved from the primary data by spreading questionnaires and the measurement by using a Likert scale. Methods of analysis by using descriptive analysis, multiple regression analysis and t test to test the hypotheses. The result showed that the quality of asset strategik was positively significant effect the Quality Strategic Competition, and environmental adaptability and price strategy have positively not significantly effect on the Quality Strategic Competition.*

**Abstrak**

*Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis kualitas faktor-faktor strategi bersaing pada UKM untuk industri bordir di kota Padang. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi industri, terutama UKM industri bordir agar mampu meningkatkan dan mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kualitas strategi bersaing dalam industri ini, dimana faktor yang mempengaruhi seperti Quality Strategic Asset, Environment Adaptability and price strategic terhadap Quality Strategic Competition. Populasi penelitian ini adalah industri UKM untuk produk bordir di kota Padang dan digunakan sensus sampling. Data diambil adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner dan pengukuran dengan menggunakan skala Likert. Metode analisis menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi berganda dan uji t untuk menguji hipotesis. Hasilnya Menunjukkan bahwa Quality Strategic Asset berpengaruh positif dan signifikan terhadap Quality Strategic Competition, dan environmental adaptability dan price strategic tidak signifikan pada Quality Strategic Competition.*

**Keywords:** *Quality Strategic Competition, Embroidery, Quality Strategic Asset, Human resources Ability, Price Strategy, Small Medium Enterprise (SME)*

## PENDAHULUAN

Pada dekade ini banyak perusahaan-perusahaan baik UKM maupun Korporasi yang berkembang tapi banyak pula yang gagal. Jadi hal ini merupakan tantangan dan hambatan yang cukup besar yang akan dihadapi oleh industri entah besar maupun kecil kedepan. Perubahan-perubahan yang cukup signifikan juga terjadi dewasa ini baik dalam lingkungan Internal perusahaan seperti perubahan dalam hal MSDM, kualitas dan kinerja para pekerja, maupun lingkungan eksternal yang juga sulit di monitor setiap saat seperti lingkungan ekonomi, sosial dan budaya, politik atau legal dan teknologi. Kalau perusahaan-perusahaan lengah dalam memantau hal ini, akan berakibat fatal kepada pertumbuhan perusahaan itu sendiri.

Perusahaan Usaha Kecil Menengah ( UKM ) yang semakin meningkat pertumbuhannya dewasa ini. Perusahaan-perusahaan UKM perlu sekali perhatian yang khusus dalam melaksanakan operasionalnya, karena pihak manajemen sebagai orang yang mengambil keputusan harus memikirkan strategi-strategi kedepannya dalam bersaing dengan perusahaan lain baik lokal, nasional, maupun luar negeri. Menurut Edrida Pulungan dalam Harian Analisa tanggal 16 April 2012 mengatakan bahwa UKM masih memiliki banyak kendala secara internal maupun eksternal seperti manajemen, permodalan, izin usaha, kualitas, teknologi, informasi dan lain-lain.

Penerapan manajemen strategi dalam lingkungan perusahaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dapat dilihat dari berbagai faktor yang melatar belaknginya. Manajemen strategi yang semula tumbuh dan berkembang pada perusahaan Korporasi (*Corporate Company*), sekarang telah diterapkan ke dalam berbagai bentuk organisasi dan perusahaan termasuk UKM. Meluasnya

cakupan manajemen strategi tersebut bukan suatu intervensi untuk perubahan semata, tetapi manajemen strategi sudah menjadi kebutuhan yang sangat vital bagi semua bentuk organisasi / perusahaan baik swasta, pemerintah, besar, kecil, profit maupun non profit. Bagaimanapun perlu disadari bahwa manajemen strategi yang diterapkan dalam dunia bisnis baik korporasi maupun UKM memiliki beberapa perbedaan, meskipun ada kesamaannya. Hal tersebut disebabkan oleh karakter organisasi itu sendiri dan sejarah perkembangannya.

Keberadaan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Sumatera Barat khususnya di Kota Padang sangat strategis dan dibutuhkan dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat sekitarnya. Masyarakat Sumatera Barat sudah cukup terkenal dengan industri rumah tangga atau industri kecilnya baik bidang tenunan / Bordiran maupun makanan. Produk-Produk keluaran yang sudah cukup terkenal baik regional maupun Internasional salah satunya adalah Produk Bordiran / Sulaman yang sudah banyak berkembang di kota Padang.

Dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zilfah & dkk (2007 dan 2008) tentang Model Pengembangan Industri Kerajinan Bordir di Sumatera Barat diantaranya kota Padang masih terdapat kelemahan pada produk Sulaman / bordiran diantaranya dibidang Sumber daya Manusia dimana jumlah tenaga kerja, serta skill dan Pelatihan-Pelatihan kepada tenaga kerja yang masih minim. Masalah Pemasaran terutama dibidang Promosi yang mana produk umumnya masih terkonsentrasi pada pasar lokal dan konsumen-konsumen umumnya berasal dari individu. Permodalan masih sangat relatif rendah, karena masih sangat rendahnya menggunakan fasilitas lembaga keuangan / perbankan dalam memperoleh kredit investasi.

Selanjutnya, rendahnya Penguasaan Pengetahuan dalam Manajemen dan bisnis Juga dapat merupakan faktor penentu untuk pendongkrak daya saing dari Usaha Kecil Menengah Ini.

Sejalan dengan penelitian Siti Nur Barokah (2011) dalam penelitiannya dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Kualitas Strategi Bersaing Pada UKM Batik di Kota Solo” menyatakan bahwa kualitas asset, Adaptabilitas Lingkungan, dan Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kualitas strategi bersaing.

Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM No. 1 Tahun I-2006 Tentang “Kajian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha UKM Di Propinsi Sumatera Utara” menemukan bahwa Faktor Asset Internal seperti bahan baku, Skill, Harga dan jumlah produksi mempengaruhi Pengembangan UKM.

Sejalan dengan fenomena-fenomena dan permasalahan yang terlihat di atas dan beberapa hasil penelitian terdahulu maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Strategi Bersaing Pada Industri Ukm Bordiran / Sulaman Di Kota Padang”

### **Perumusan Masalah**

Dalam hal ini permasalahan yang dapat diangkat pada penelitian ini adalah: **Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi Kualitas Strategi Bersaing pada Industri UKM Bordiran di Kota Padang?** Untuk menjawab permasalahan ini maka perlu dianalisis **Faktor-faktor Kualitas Aset Strategik, Adaptabilitas Lingkungan dan Harga yang dapat mempengaruhi Kualitas Strategi Bersaing** pada industri UKM Bordiran / Sulaman di Kota Padang.

### **Tujuan Dan Manfaat Penelitian.**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas strategi bersaing pada Industri UKM Bordiran / Sulaman di kota Padang. Sedangkan manfaat dari penelitian nantinya bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang UKM terutama Industri Bordiran / Sulaman, akan dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas strategi bersaing perusahaan untuk dapat bersaing lebih baik lagi.

### **Manajemen Strategi**

Strategi memiliki kaitan yang erat dengan konsep perencanaan dan pengambilan keputusan, sehingga strategi berkembang menjadi manajemen strategi. Secara umum pengertian manajemen sendiri adalah merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengawasan terhadap upaya-upaya yang dilakukan anggota organisasi dan penggunaan segala macam sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan organisasi. Sementara David (2009) mendefinisikan bahwa manajemen strategik adalah sebagai seni dan ilmu pengetahuan dalam hal merumuskan (formulating) penerapan (implementing), dan evaluasi (evaluating) keputusan-keputusan strategis lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya di masa datang. Menurut Pearce and Robinson (2013), manajemen strategi bisa diartikan sebagai sekumpulan keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan. Glueck & Jauch (2007) menyebutkan bahwa manajemen strategi adalah arus keputusan dan tindakan yang mengarah pada perkembangan suatu strategi atau strategi-strategi yang efektif untuk

membantu mencapai sasaran perusahaan. Sedangkan Strategi juga merupakan pola alokasi sumber daya yang memungkinkan organisasi-organisasi meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan dapat mempertahankan kinerja perusahaan. Disamping itu strategi juga dapat diartikan sebagai sarana untuk mencapai tujuan perusahaan terutama untuk sumber daya yang dapat menciptakan posisi yang menguntungkan.

### **Kualitas Strategi Bersaing**

Dalam kegiatan bisnis, kualitas Strategi bersaing ditunjukkan dengan seberapa besar keunggulan kompetitif dicapai perusahaan. Konsep keunggulan kompetitif telah diterima sebagai alat ampuh bagi perusahaan. Keunggulan kompetitif merupakan perpaduan kemampuan internal dengan lingkungan external perusahaan. Konsep ini mempersyaratkan kemampuan perusahaan untuk mendayagunakan sumber daya perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang dalam lingkungan, terutama lingkungan pasar. (Nangoi: 1997).

Strategi Bersaing adalah merupakan sebuah proses bagaimana perusahaan membangun dan mengembangkan berbagai sumber daya strategiknya yang memiliki potensi untuk menghasilkan keunggulan bersaing. Yang mana dalam hal ini keunggulan dapat bermakna ganda yaitu disatu sisi sebagai instrumen untuk menghasilkan kinerja dan sisi yang lain sebagai instrumen untuk menetralsir aset dan kompetensi bersaing yang dimiliki oleh pesaing. Perusahaan harus memperhatikan pesaingnya dengan berkesinambungan. Proses ini yang secara sadar dikembangkan dari waktu ke waktu, pada hakekatnya akan menjadi dasar yang kuat bagi pencapaian dan pengembangan keunggulan bersaing

berkelanjutan (Ferdinand, 2003) dalam Jurnal Administrasi Bisnis vol. 12, Juni, 2011 oleh Siti Nur Barokah,

### **Kualitas Aset Strategik**

Aset Strategik adalah aset yang yang dapat menghasilkan suatu nilai ( value ) bagi perusahaan dalam hal menghasilkan kemampuan perusahaan lebih baik dimasa yang akan datang dan harus merupakan sesuatu yang memungkinkan perusahaan melakukan lebih baik dari pesaingnya. Jadi Kualitas Aset Strategik dapat dikatakan sejauh mana perusahaan dapat menjamin produk yang ditawarkan kepada konsumen dapat melebihi kualitas yang diberikan oleh pesaing. Hal ini adalah merupakan tanggung jawab dan kapabilitas perusahaan dalam mengembangkan aset strategiknya seperti merek, teknologi, ikatan-ikatan jaringan kerja, tradisi-tradisi sosial perusahaan, praktek-praktek manajemen yang baik kepada pelanggan.

Yang merupakan aset strategik adalah sesuatu yang dimiliki perusahaan seperti nama atau merek perusahaan, perkembangan teknologi, jaringan kerja, tradisi tradisi sosial perusahaan, serta praktek-praktek manajemen yang dilakukan pada pelanggan. Aset strategik adalah merupakan sumber daya dari kapabilitas yang bersifat langka ( rare), tahan lama, tidak mudah diperdagangkan dan sulit ditiru sehingga dapat menghasilkan value atau nilai yang hasilnya menjadi profit yang tinggi Asset strategik yang juga dapat mempengaruhi keunggulan bersaing yang berkesinambungan bagi sebuah organisasi adalah yang berupa aset strategik intangible ( yang tidak dapat dilihat secara langsung) (Ferdinand, 2003) dalam Jurnal Administrasi Bisnis vol. 12, Juni, 2011 oleh Siti Nur Barokah,

## **Kemampuan Sumber Daya**

Pada era persaingan ini Sumber Daya akan sulit berhasil kalau dilakukan sendiri. Dengan bekerja sama sumber daya itu menyajikan tugas-tugas yang produktif dan dengan demikian akan dapat membangun keunggulan bersaing. Kemampuan organisasi berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk mencapai tugas dan kegiatan tertentu (Graig and Grant, 1993). Apabila sebuah perusahaan memiliki sumber daya dan kemampuan yang unggul dibanding pesaing-pesaingnya, maka sepanjang perusahaan itu menggunakan strategi yang memanfaatkan sumber daya dan kemampuan ini secara efektif, maka perusahaan itu akan mempunyai keunggulan bersaing. Disamping itu juga untuk mempertahankan keunggulan bersaing tergantung pada tiga karakteristik utama yaitu sumber daya dan kemampuan yaitu Durability (tahan lama), Transferability (dapat di transfer), dan Replicability (dapat ditiru). Sementara kemampuan perusahaan memperoleh laba dari keunggulan bersaing tergantung pada appropriability (kelayakan) keuntungan perusahaan (Graig and Grant, 1996).

## **Adaptabilitas Lingkungan**

Setiap perusahaan akan dipengaruhi oleh perkembangan lingkungan bisnis. Lingkungan bisnis terdiri dari lingkungan Internal dan lingkungan eksternal. Faktor lingkungan internal pada umumnya dibawah kekuasaan manajemen perusahaan. Sedangkan lingkungan eksternal perusahaan berada diluar kekuasaan manajemen perusahaan. Bagi manajemen perusahaan lingkungan ekstern bisnis merupakan sebuah fakta bahwa perusahaan harus berupaya semaksimal mungkin untuk menyesuaikan dengan lingkungan ekstern bisnis yaitu bagaimana menyesuaikan strategi manajemen pemasaran produk mereka

dengan perkembangan lingkungan bisnis. (Kleinstauber, 2002 )

Manajemen perusahaan yang professional mengamati perkembangan lingkungan ekstern bisnis dengan cermat, dan selalu siap menyesuaikan strategi manajemen pemasaran perusahaannya dengan perkembangan pasar. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam lingkungan intern perusahaan diantaranya: kondisi sarana produksi, Sumber Daya Manusia, Sumber pendanaan, hubungan dengan perusahaan pemasok bahan baku yang mana ini bisa menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan. Sementara, lingkungan extern perusahaan adalah Konsumen, perkembangan ekonomi moniter, Politik dan legalitas hukum, teknologi dan lingkungan sosial budaya (David, 2007).

Sejalan dengan perubahan-perubahan lingkungan yang senantiasa berubah-ubah, maka perusahaan dituntut untuk selalu beradaptasi dengan lingkungannya agar tetap kompetitif. Perubahan tersebut seperti perubahan struktur organisasi, perubahan karir, perubahan kompetensi sumber daya, perubahan manajemen dan cara pandangnya terhadap kondisi-kondisi internal dan eksternal.

## **Strategi Harga**

Menurut Griffin dan Ebert (2006) mengatakan bahwa penetapan harga untuk memaksimalkan laba merupakan hal yang rumit. Apa bila harga ditetapkan terlalu rendah, perusahaan mungkin akan menjual banyak unit produknya tetapi akan gagal meraih kesempatan untuk membuat laba tambahan pada setiap unitnya. Sebaliknya bila harga – harga ditetapkan terlalu tinggi, perusahaan akan mendapat laba yang besar pada setiap barang nya tetapi akan menjual unitnya dalam jumlah yang lebih sedikit. Dalam hal ini

sudah tentu perusahaan akan kehilangan uang dan perusahaan akan kelebihan persediaan dan perputaran modal menjadi rendah. Untuk menghindari hal ini maka perusahaan harus berusaha menetapkan harga agar mampu menjual sejumlah unit yang akan menghasilkan laba total tertinggi yang mungkin dapat dicapai.

Para manajer dalam menghitung laba sebaiknya mempertimbangkan biaya bahan produksi dan tenaga kerja. Akan tetapi mereka juga mempertimbangkan sumber daya modal terkait seperti pubrik dan perlengkapannya yang harus dimiliki perusahaan untuk menghasilkan tingkat laba. Jadi bagaimanapun perusahaan tentu harus mendapatkan laba dalam upaya dapat bertahan dipasar. Dalam hal ini perusahaan harus mencari strategi-strategi yang efektif dalam menetapkan harga pada waktu pertama produk di luncurkan kepasar. Menurut Sutojo dan Kleinsteuber (2002) berpendapat bahwa banyak pakar yang mengatakan adanya perbedaan pengaruh strategi harga terhadap operasi bisnis perusahaan dibandingkan dengan elemen the marketing mix yang lainnya seperti produk, promosi, distribusi. Mereka mengatakan strategi harga berpengaruh langsung langsung terhadap jumlah permintaan produk di pasar dan penjualan.

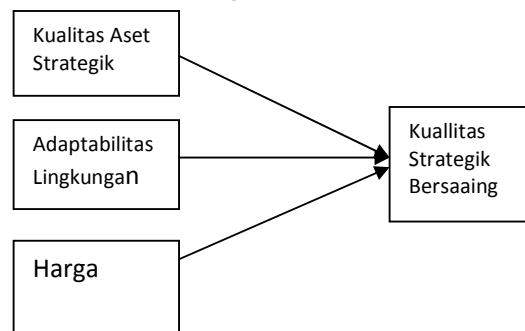
Untuk dapat menyusun strategi harga yang efektif perusahaan wajib mempertimbangkan berbagai macam faktor intern dan ekstern diantaranya: tujuan strategi harga ( pricing objective), Biaya pengadaan produk ( Product's cost), ciri khusus product ( product's characteristic). Faktor external diantaranya : persepsi pasar terhadap nilai produk ( value to customers), Elastisitas harga ( price elasticity), Persaingan pasar (market competition), Pengaruh pemerintah ( government

influence) (Sutojo dan Kleinsteuber :2002)

### Hipotesis Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah serta tinjauan pustaka atau kerangka pikir yang telah dikemukakan, maka dalam penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut: Kualitas Aset Strategik, Adaptabilitas Lingkungan, dan Harga berpengaruh positif terhadap Kualitas Strategi Bersaing pada Industri UKM Bordiran / Sulaman di Kota Padang.

### Gambar . Kerangka Pemikiran



### METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada Perusahaan industri UKM Bordiran / Sulaman di Kota Padang. Yang menjadi populasi adalah pengrajin / pengusaha Sulaman / Bordiran yang bergerak dibidang usaha kecil menengah untuk produk Sulaman /bordiran yang berlokasi di kota Padang. Pengusaha industri bordiran yang aktif sekitar 47 perusahaan yang merupakan populasi dan sample dalam penelitian ini. Sample yang digunakan metode sensus ( *complete Enumeration* ) yaitu dengan menghitung setiap satuan yang ada dalam populasi karena populasi yang ada jumlahnya terbatas ( Supriyanto, 2009).

Sumber data adalah data primer yang mana data yang diambil langsung kelapangan. Dalam penelitian ini terdapat empat variabel utama, yaitu

Kualitas Asset Strategik, Adaptabilitas Lingkungan, Harga adalah sebagai variable bebas, dan Kualitas Strategi Bersaing adalah sebagai variable dependen

Pengukuran variabel Kualitas Asset Strategik, Adaptabilitas lingkungan, dan Strategi Harga terhadap Kualitas Strategi bersaing produk Bordiran di Kota Padang dengan menggunakan instrumen *skala likert*. variabel Asset strategik, Adaptabilitas Lingkungan, Harga terhadap Kualitas Strategi Bersaing dijabarkan menjadi sebuah dimensi, dari dimensi dipecah menjadi sub variabel, dari sub variabel dipecah lagi menjadi indikator-indikator yang akan diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrument yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban oleh responden dihubungkan dengan pernyataan yang ada. Untuk masing-masing variabel menggunakan skala likert 5 tingkat yang di rangking dari Sangat tidak setuju (1) sampai Sangat Setuju (5 ). Dari hasil skor yang telah dikumpulkan dari responden nanti akan direkapitulasi dari jumlah sample kemudian dilakukan perhitungan skor.

Dalam proses penganalisaan dibantu dengan menggunakan instrumen SPSS. Data di tabulasi dan diproses dengan melakukan beberapa uji terlebih dahulu diantaranya Uji Validitas, Reabilitas, Normalitas, Multikolinearitas, dan Heteroskedastisitas untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dapat dilanjutkan ke proses Uji Regresi Linier Berganda.

Teknik analisis menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Analisis data secara kualitatif adalah memaparkan sesuatu atau hasil temuan atau tanggapan responden yang diperoleh dari pengumpulan data agar

mampu memperkaya wawasan. Untuk analisa kualitatif akan digunakan metode Analisa secara Deskriptif. Hal ini bermaksud untuk mendapat gambaran karakteristik masing-masing variabel penelitian. Dengan cara menyajikan data ke dalam tabel distribusi frekuensi, menghitung nilai pemusatan (dalam hal nilai rata-rata, median, modus) dan nilai dispersi (standar deviasi dan koefisiensi variansi) serta menginterpretasikannya. Analisis ini tidak menghubungkan-hubungkan satu variabel dengan variabel lain dan tidak membandingkan satu variabel dengan variabel lain. Sedangkan mencari Tingkat Capaian Responden digunakan rumus berikut:

$$TCR = \frac{Mean}{5}$$

Sudjana ( 2005)

mengemukakan untuk Pengkategorian nilai Tingkat Capaian Responden diklasifikasikan sebagai berikut :

90 % - 100 %	= Sangat Baik
80 % - 89.99 %	= Baik
65 % - 79.99 %	= Cukup Baik
55 % - 64.99 %	= Kurang Baik
0 % - 54.99 %	= Tidak Baik

Sedangkan analisa kuantitatif menggunakan analisis Regresi Berganda yang memiliki satu variabel dependen yang mengestimasi nilai variable dependen (Y = Kualitas Strategi Bersaing ) dengan menggunakan lebih dari satu variable independen yaitu X1 adalah Kualitas Asset Strategik, X2 adalah Adaptabilitas Lingkungan, X3 adalah Strategi Harga. Suatu model regresi dikatakan Linier jika memenuhi syarat – syarat linieritas, seperti normalitas data, bebas dari asumsi klasik statistik ( (Nugroho, 2005)). Model penelitian yang dijabarkan dengan Model persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

- Y** : Kualitas Strategik Bersaing  
**B** : Koefisien Regresi  
**X<sub>1</sub>** : Kualitas Asset Strategik  
**X<sub>2</sub>** : Adaptabilitas Lingkungan  
**X<sub>3</sub>** : Strategi Harga  
**a** : Konstanta  
**e** : Standart Error

Untuk menguji hipotesis yang telah dikemukakan diatas, maka dilakukan pengujian statistik, pengujian tersebut terdiri dari: Uji Koefisien Determinasi ( Uji R<sup>2</sup> ), Uji Simultan dengan F-test, dan dan Uji parsial dengan t-test. Pengujian statistik ini dilakukan setelah melakukan analisis regresi linear berganda (Nugroho, 2005).

## PEMBAHASAN

### Deskripsi Umum Responden

Dari hasil deskripsi umum responden dapat disimpulkan pada tabel 1 bahwa kaum perempuan mendominasi usaha bordiran dengan jumlah responden ( 72.3 % ). Sementara Laki-laki (27.7%). Status tempat usaha dari perusahaan Bordir / Sulaman ini sudah dominan punya sendiri yaitu ( 66 %) sedangkan yang masih berupa sewa hanya (31,9%). Selanjutnya, status karyawan perusahaan bordir ini lebih dominan mempekerjakan karyawan tetap (76,6%) sedangkan tidak tetap hanya (23,4%). Namun kalau dilihat dari jumlah karyawan yang dipekerjakan atau penyerapan tenaga kerja masih sedikit (70%) yang mempekerjakan antara 1 s/d 5 orang karyawan. Lalu diikuti dengan 7 perusahaan (4,9%) yang mempekerjakan 6 s/d 10 orang. Perusahaan yang mempekerjakan lebih dari 21 orang hanya 2 perusahaan (4.3%).

Pada tabel 1 juga terlihat bahwa omset usaha paling tinggi antara 5-10 juta (42.6%), dan diikuti dengan omset

antara 1-5 juta (29.8%), dan lebih besar dari 10 juta hanya 23.4%).

**Tabel 1. Deskripsi**

### Responden

Karakteristik	Kategori	Total Industri	Freguensi Responden (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	13	27,7
	Perempuan	34	72,3
Usia	21 - 23 tahun	2	4,3
	24 - 40 tahun	16	34,0
	>41 tahun	29	61,7
Status Usaha	Sewa	15	31,9
	Tempat Sendiri	31	66,0
Status Karyawan	Tetap	36	76,6
	Tidak Tetap	11	23,4
Jumlah Karyawan	1 - 5 orang	33	70,2
	6 - 10 orang	7	14,9
	11 - 20 orang	5	10,6
	>21 orang	2	4,3
Omset Usaha	<1.000.000.	2	4,3

### Uji Validitas Dan Reliabilitas

Dari hasil Uji Validitas dan Reliabilitas didapatkan hasil seperti pada tabel 2 dibawah ini. Dari tabel dapat dilihat hasil uji Validitas dan Reliabilitas Variabel masing-masing Indikator dari variable yang diukur menunjukkan hasil *Factor Loading* lebih besar dari nilai KMO yaitu 0.60. Sedangkan *Cronbach' Alpha* untuk Kualitas Strategi bersaing 0,612, Kualitas Asset Strategik 0,733, Adaptabilitas Lingkungan 0,738, dan Strategi Harga 0,714 > 0,60 dengan signifikansinya 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator – indikator yang digunakan untuk mengukur variabel adalah valid dan reliabel.



**Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Variabel	Indikator	Factor Loading	KMO	Cronbach's Alpha
Kualitas Strategi Bersaing	Nilai	.729-.822	0.636	0.612
	Kelangkaan Sumber Daya	.620-.926		
	Tidak Dapat Ditiru	.616-.850		
Kualitas Asset Strategik	SDM	.829-.900	0.593	0.733
	Manajemen Pengetahuan	.609-.808		
	Kepabilitas Perusahaan	.582-.827		
	Pengalaman Pimpinan	.680-.819		
Adeptabilitas Lingkungan	Kemampuan memahami Pelanggan	.673-.868	0.506	0.738
	Kemampuan Memahami pesaing	.707-.866		
	Kerjasama Distributor	.770-.923		
Strategi Harga	Strategi Harga	.756-.860	0.641	0.714

**Uji Normalitas.**

Menurut Ghozali (2005) uji normalitas adalah sebuah uji yang digunakan untuk melihat pola penyebaran dari variance data apakah sejajar dengan garis lurus atau berdistribusi normal atau tidak. Untuk melakukan uji normalitas dilakukan dengan bantuan uji non-parametrik *One Sample Kolmogorov Smirnov Test*. Sebuah variabel dinyatakan normal apabila hasil pengujian menghasilkan nilai Asymp Sig > 0,05. Berdasarkan hasil pengujian normalitas data yang telah dilakukan diperoleh hasil seperti yang terlihat pada tabel 4.3 di bawah ini:

Variabel	Alpha	Asymp-sig (2-tailed)	Keterangan
Kualitas Asset Strategik (X1)	0.05	0.089	Normal
Adaptabilitas Lingkungan (X2)	0.05	0.060	Normal
Strategi Harga (X3)	0.05	1.121	Normal
Kualitas Strategi Bersaing (Y)	0.05	0.186	Normal

**Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas untuk melihat apakah pada model regresi Linier Berganda ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi yang kuat, amaka dapat dikatakan telah terjadi masalah multikolinearitas dalam model regresi. Ghozali (2005) menyatakan pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah variabel yang mempunyai nilai VIF ( Variance Influence Faktor ) lebih kecil dari 10 serta mempunyai angka Tolerance. mendekati 1. Pada tabel 4.4 dibawah ini dapat dilihat nilai Variance Influence Faktor (VIF) dan angka tolerance untuk masing-masing variabel.

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas**

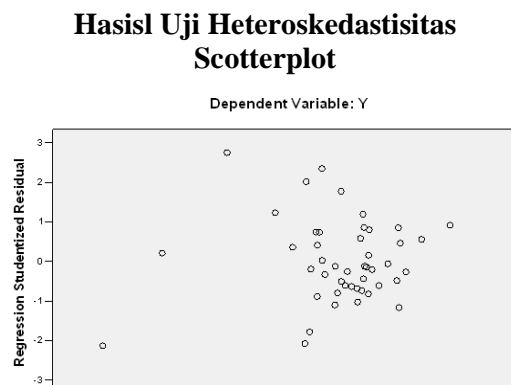
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Asset Strategik (X1)	0.751	1.332	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Adaptabilitas Lingkungan (X2)	0.747	1.339	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Strategi Harga (X3)	0.994	1.006	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Dari hasil analisis dari 3 (tiga) variabel independen yang diteliti terlihat nilai VIF dibawah 10 dan Tolerance mendekati 1. Dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel

bebas (Independent variable) Kualitas Asset Strategik, Adaptabilitas Lingkungan dan Strategi Harga telah memenuhi persyaratan asumsi klasik untuk uji Multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain, atau gambaran hubungan Scatterplot model dibawah ini. Dasar pengambilan keputusan berkaitan dengan gambar ini adalah jika tidak terdapat pola yang jelas, yaitu jika titik-titiknya menyebar dan tidak mengumpul pada satu tempat, tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali dan titik – titik tidak berpola, maka dapat diindikasikan tidak terdapat Heteroskedastisitas.



Dari gambar diatas terlihat tidak terdapat pola yang jelas dengan titik-titik yang menyebar, maka diindikasikan tidak terdapat Heteroskedastisitas pada regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

### Analisa Deskriptif

Penilaian deskriptif variabel penelitian diukur dengan menggunakan distribusi frekuensi jawaban responden pada setiap item pertanyaan dengan melalui

antara nilai yang diprediksi dengan *Studentized Delete Residual* nilai tersebut. Model Regresi yang baik adalah model regresi yang mempunyai adanya hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *Studentized Delete Residual* nilai tersebut sehingga dapat dikatakan model tersebut homokedastisitas. Untuk memprediksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model regresi dapat dilihat dari pada gambar

perhitungan Tingkat Capaian Responden (TCR). Berdasarkan data yang diperoleh dari responden yaitu para pengusaha bordiran / sulaman yang ada dikota Padang dengan jumlah responden 47 pengusaha bordiran yang mengisi kuestioner, maka diperoleh hasil seperti yang terlihat pada tabel 5 dibawah ini.

**Tabel 5. Deskripsi Variabel**

Variabel	Indikator	Mean	TCR (%)	Ket.
Kualitas Strategi Bersaing	Nilai	3.97	79.40	Cukup Baik
Kualitas Asset Strategik	Kelangkaan Sumber Daya Tidak Dapat Ditiru	2.86	57.20	Kurang Baik
	SDM	3.83	76.60	Cukup Baik
Adaptabilitas Lingkungan	Manajemen Pengetahuan	3.93	78.60	Cukup Baik
	Kapabilitas Perusahaan	2.58	51.60	Tidak Baik
	Pengalaman Pimpinan	3.95	79.00	Cukup Baik
Strategi Harga	Kemampuan memahami Pelanggan	3.68	73.60	Cukup Baik
	Kemampuan Memahami pesaing	4.20	84.00	Baik
	Kerjasama Distributor	3.91	78.20	Cukup Baik
	Strategi Harga	3.27	65.40	Cukup Baik
		3.69	73.80	Cukup Baik

Dari tabel 4.3 dapat dideskripsikan bahwa Kualitas Strategik Bersaing sebagai variabel dependen yang diukur dengan indikator Nilai, Kelengkapan Sumber Daya, dan Pengalaman Pimpinan pada perusahaan Bordiran di kota Padang terlihat bahwa Tingkat Capaian Responden adalah 79.40%, 57.20%, dan 76.20%. Dalam hal ini menjelaskan bahwa faktor nilai terutama dalam hal ketersediaan tenaga kerja yang terlatih, kualitas bahan baku, pelatihan para karyawan dan imbalan yang didapatkan sudah terlihat cukup baik dengan TCR 79.40%. Kalau dilihat indikator kelangkaan sumber daya terutama dalam hal kurangnya ketersediaan bahan baku, bahan baku yang masih langka dan karyawan yang trampil sulit dicari menghasilkan TCR 57.20 % yang mana berarti bahwa perusahaan-perusahaan Bordir / Sulaman di kota padang tidak mengalami permasalahan pada sumber daya. Selanjutnya Untuk Indikator produk tidak dapat ditiru atau uniqueness dari produk bordiran / Sulaman di Kota Padang sudah cukup bagus dengan TCR 76.60 % dengan arti bahwa seperti mesin yang digunakan khusus atau berbeda, keterampilan karyawan yang unique, design atau motif yang unik dan pembordiran dilakukan dengan tangan (*handmade*).

Dilihat dari dimensi Kualitas Aset Strategik menunjukkan bahwa sumber daya manusia seperti tenaga kerja yang trampil, pelatihan karyawan yang kontiniu, karyawan yang bertanggung jawab, sistem rekrutmen sesuai keterampilan dan karyawan yang kreatif dan inovatif menghasilkan TCR 78.60% yang berarti secara keseluruhan sudah cukup baik. Untuk indikator manajemen pengetahuan terutama yang dilihat adalah perencanaan dan sistem informasi, proses produksi, pelatihan dari Deperindag, visi misi dan komitmen pada prosedur kerja, hal ini

menghasilkan signifikan dengan pertanyaan yang diajukan dalam bentuk pertanyaan negatif karena dapat dilihat dari TCR 51.60% responden menjawab tidak setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Indikator kapabilitas perusahaan terutama dalam hal kesiapan dalam memenuhi pesanan, modal cukup tersedia, perusahaan mampu bersaing dan bahan baku yang cukup sudah terlihat cukup bagus dengan TCR 79%. Selanjutnya, dilihat dari dimensi pengalaman pimpinan menunjukkan bahwa pimpinan perusahaan bordir/Sulaman di kota Padang sudah cukup bagus dengan TCR 73.60 yang artinya pada umumnya pimpinan sudah aktif berorganisasi, sudah ikut pelatihan, pengalaman ditempat lain, pengetahuan pemasaran dan memahami administrasi keuangan.

Dimensi Adaptabilitas Lingkungan dapat memberikan gambaran sejauh mana kemampuan pengusaha beradaptasi pada lingkungan terutama diukur dari indikator kemampuan memahami pelanggan sudah terlihat baik dengan TCR 84% dengan arti bahwa sudah mampu memberikan perhatian individu kepada para pelanggan, selalu mengutamakan pelanggan, berusaha mengetahui selera pelanggan, memberikan kenyamanan kepada pelanggan dan memahami kebutuhan spesifik para pelanggan. Untuk dimensi kemampuan memahami pesaing dengan TCR 78.20% responden sudah menyatakan cukup baik. Dalam hal ini perusahaan sudah berusaha mengetahui kegiatan pesaing, menciptakan strategi yang berbeda dari pesaing, mengevaluasi pesaing secara rutin, menganalisa kekuatan dan kelemahan perusahaan dan ikut berkompetisi dengan sehat. Kemampuan perusahaan dalam bekerjasama dengan distributor juga sudah terlihat cukup baik dengan TCR 65.40 %. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa produk

dipasarkan melalui distributor dan secara langsung, loyalitas distributor cukup tinggi, perusahaan memberikan diskon khusus bagi distributor, dan ketergantungan perusahaan pada distributor masih cukup tinggi dalam memasarkan produk-produk mereka.

Untuk dimensi Strategi Harga yang diterapkan pengusaha bordir di kota Padang masih beragam yang mana ada yang menetapkan harga dibawah harga pesaing, ada yang diatas harga pesaing dan harga sama dengan pesaing, namun pada umumnya perusahaan menetapkan harga cenderung sesuai dengan kualitas produk dan dengan memberikan potongan ( diskon) yang secara keseluruhan sudah cukup baik dengan TCR 73.80 %.

#### Analisa Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis regresi linier berganda karena variabel independen yang digunakan melebihi dari satu variabel dan satu variabel dependen. Model persamaan regresi ini digunakan untuk menentukan hubungan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam analisis ini sudah memenuhi syarat-syarat linearitas yang mana data sudah memenuhi syarat-syarat Normalitas dan bebas dari asumsi klasik statistik diantaranya sudah dilakukan pengujian Normalitas data, Multikolinearitas dan heteroskedastisitas dengan hasil data sudah normal dan terbebas dari asumsi klasik. Dalam model persamaan regresi ini juga akan terlihat hasil uji hipotesis berupa uji statistik t (T-test) untuk melihat pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil pengujian seperti yang terlihat pada tabel 4.4 dibawah ini:

**Tabel 6. Hasil Analisa Regresi**

Variabel Bebas	Koefisien Regresi	t	Sig.	$\alpha$	Keterangan
Konstanta	0.749	0.115	0.909	0.05	
Kualitas Asset Strategik (X1)	0.310	2.779	0.008	0.05	Signifikan
Adaptabilitas Lingkungan (X2)	0.213	1.932	0.060	0.05	Tidak signifikan
Strategi Harga (X3)	0.372	1.605	0.116	0.05	Tidak Signifikan
F	8.076	-	0.000	0.05	Signifikan
R Square				0.360	
R <sup>2</sup> Adjusted				0.316	

#### Uji Kelayakan Model

Uji kelayakan model dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen yang telah ditetapkan merupakan variabel yang layak untuk menjelaskan terjadinya variasi pada variabel dependen. Pengujian kelayakan model ini dilakukan dengan Uji Anova ( Uji F ). Dari analisis yang dilakukan dari tabel 4.4 menunjukkan bahwa hasil pengujian pengaruh kualitas aset strategik, adaptabilitas lingkungan, dan strategi harga terhadap kualitas strategi bersaing menghasilkan nilai F sebesar 8.076 dengan signifikansi sebesar 0.000. Jadi karena nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas aset strategik, adaptabilitas lingkungan, dan strategi harga merupakan variabel-variabel yang layak untuk menjelaskan terjadinya variasi pada variabel dependen (kualitas strategi bersaing ).

#### Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis dilakukan secara partial dengan menggunakan uji t yang untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel independen

terhadap variabel dependen secara parsial, maka dapat dikembangkan sebuah persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0.749 + 0.310 X_1 + 0.213 X_2 + 0.372 X_3 + e$$

Dari persamaan ini dapat diinterpretasikan pengujian pengaruh kualitas aset strategik terhadap kualitas strategi bersaing diperoleh koefisien regresi sebesar 0.310 dengan nilai t sebesar 2.779 > dari nilai signifikansi sebesar 0.008 < 0.05. jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas aset strategik mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kualitas strategi bersaing atau  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Pengujian pengaruh Adaptabilitas Lingkungan terhadap Kualitas Strategi Bersaing diperoleh koefisien regresi sebesar 0.213 dengan nilai t sebesar 1.932 > dari nilai signifikansi 0.060 > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa Adaptabilitas Lingkungan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kualitas Strategi Bersaing. Pengujian pengaruh Strategi Harga terhadap Kualitas Strategi Bersaing diperoleh koefisien regresi sebesar 0.372 dengan nilai t sebesar 1.605 > nilai signifikansi 0.116 > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa Strategi Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kualitas Strategi Bersaing pada perusahaan Bordir/ Sulaman di Kota Padang.

### Koefisien Determinasi

Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) berguna untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai  $R^2$  berkisar antara 0 >  $R^2$  < 1. Nilai R Square yang dihasilkan dari variabel

yang diteliti adalah sebesar 0.360. Namun nilai  $R^2$  ini tidak digunakan untuk menganalisis besarnya kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, karena keterbatasan nilai  $R^2$  dalam mempresentasikan nilai pengaruh yang sebenarnya dimana nilainya selalu bertambah seiring dengan penambahan variabel independen. Dalam hal ini digunakan nilai R-Square Adjusted sebesar 0.316 atau 31.60 %. Artinya, 31.60 % variabel dependen Kualitas Strategi Bersaing dijelaskan oleh variabel independen Kualitas Aset Strategik, Adaptabilitas Lingkungan dan Strategi Harga, dan sisanya 68.4 dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan. Menurut Nugroho (2005) mengatakan bahwa nilai R Square yang datanya Silang (crosssection) pada umumnya memiliki nilai  $R^2$  agak rendah (dibawah 0.5). Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda masih layak dipakai untuk penelitian ini.

1. Hasil Uji hipotesis menunjukkan bahwa Kualitas Aset Strategik (KAS) berpengaruh positif signifikan terhadap Kualitas Strategi Bersaing perusahaan UKM Bordiran di kota Padang dengan nilai t sebesar 2.779 lebih besar dari nilai signifikansi 0.008 dan lebih kecil dari alpha 5 persen. Koefisien regresi Kualitas Aset Strategik sebesar 0.310 atau 31 persen yang artinya dengan meningkatkan KAS 1 persen dan akan dapat meningkatkan Kualitas Strategi Bersaing sebesar 31 persen untuk industri UKM bordiran di Kota Padang. Hal ini juga di tunjukkan dari hasil analisa deskriptif bahwa faktor SDM yang dilihat tentang ketersediaan tenaga kerja yang terlatih dan bertanggung jawab, kreatif serta inovatif sudah

- terpenuhi. Kualitas bahan baku serta mesin yang baik, dan pada umumnya karyawan sudah cukup terlatih dalam melaksanakan berbagai model dalam memproduksi produk bordiran. Sedangkan kalau dilihat dari faktor Pengetahuan Manajemennya terutama pada segi perencanaan, sistem informasi, pelatihan, visi misi serta komitmen sudah cukup baik. Kalau dilihat dari kapabilitas perusahaan yang mana perusahaan selalu siap memenuhi pesanan konsumen, modal sudah cukup tersedia dan mampu bersaing. Pimpinan sudah berpengalaman dan ikut aktif dalam berorganisasi, dan cukup memahami administrasi keuangan namun masih perlu peningkatan ilmu pengetahuan. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Barokah (2011) yang meneliti industri Batik di Kota Solo, penelitian Zilfah (2007) tentang Model pengembangan Produk Bordiran di Sumatera Barat.
2. Hasil Uji Hipotesis menunjukkan bahwa Adaptabilitas Lingkungan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Kualitas Strategik Bersaing industri UKM Bordiran di kota Padang dengan nilai koefisien 0.213 atau 21.3 persen dapat meningkatkan Kualitas Strategi Bersaing jika Adaptabilitas Lingkungan ditingkatkan 1 persen dari industri UKM bordiran di kota Padang. Nilai  $t$  1.932 lebih besar dari nilai signifikansi 0.060 dan lebih besar dari pada alpha 5 persen. Jadi hasil menunjukkan tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa adaptabilitas Lingkungan tidak begitu berpengaruh dalam meningkatkan Kualitas Strategi Bersaing industri UKM bordiran di kota Padang. Karena selama ini perusahaan sudah mampu memahami pelanggan, pesaing bekerjasama dengan distributor.
  3. Hasil uji Hipotesis menunjukkan bahwa Strategi Harga berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Kualitas Strategi Bersaing industri UKM bordiran di kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa penetapan harga masih perlu diperhatikan baik penetapan harga dibawah pesaing, diatas harga pesaing, sama dengan pesaing, maupun harga discount namun tidak begitu berpengaruh terhadap Kualitas Strategi Bersaing. Analisis secara deskriptif menunjukkan bahwa Strategi Harga sudah cukup bagus dengan nilai TCR 73.8.
  4. Jadi Kualitas Strategi Bersaing industri UKM Bordiran di Kota Padang dilihat dari indikator Nilai, Kelangkaan Sumber Daya dan produk tidak dapat ditiru sudah menunjukkan hasil positif dan signifikan.

## **PENUTUP**

Dari hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil dari analisis deskriptif dengan menggunakan analisis TCR bahwa variabel Kualitas Aset Strategik sudah dikelola dengan baik. Untuk Variabel Adaptabilitas Lingkungan dan Strategi Harga terlihat juga rata-rata sedang. Hasil dari analisis kuantitatif menunjukkan bahwa Kualitas Asset Strategik berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Strategi Bersaing industri UKM bordiran di Kota Padang.
2. Hasil analisis Deskriptif untuk variabel Adaptabilitas Lingkungan sudah cukup baik. Hasil analisis secara kuantitatif menunjukkan bahwa Adaptabilitas Lingkungan

berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Kualitas Strategi Bersaing industri UKM bordiran di kota Padang.

3. Hasil analisis Deskriptif menunjukkan bahwa strategi harga sudah cukup baik. Untuk analisa kuantitatif menunjukkan bahwa variabel Strategi Harga berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Kualitas Strategi Bersaing industri UKM bordiran di Kota Padang.

Dari hasil penelitian maka dapat diberikan beberapa saran kepada perusahaan industri UKM bordiran di kota Padang sebagai berikut:

1. Walaupun dilihat dari beberapa indikator secara keseluruhan sudah menunjukkan cukup baik dan bahkan ada yang baik, namun perlu diperhatikan lebih inten lagi dalam perbaikan Kualitas Strategi Bersaing terutama pada kualitas SDM, kepemimpinan yang lebih flexibel, serta meningkatkan kapabilitas perusahaan dan harga seperti meningkatkan kemampuan memahami pelanggan dan pesaing itu sendiri terutama dalam pelayanan,, design yang lebih modern yang dapat diminati kalangan remaja, keunikan produk, dan selalu peka terhadap pesaing.
2. Secara keseluruhan perusahaan industri bordiran / sulaman memperhatikan faktor nilai SDM dan keunikan dari produk bordiran yang mana kedepannya produk bordiran ini dapat berkembang baik bahan baku, design, dan corak yang diminati semua kalangan.
3. Disaran pada peneliti berikutnya untuk dapat lebih mengembangkan variabel yang lain dalam upaya peningkatan kualitas strategi bersaing industri bordiran ini di kota padang.

## DAFTAR PUSTAKA

10.22202/economica.2015.5.1.688

- Abror. 2011. Strategi Bersaing Pengusaha Kecil Sulaman / Bordiran di Kota Padang. Blog Manajemen.
- Barokah, Siti Nur. 2011. *Penelitian Tentang Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Strategi Bersaing Pada UKM Batik Di Kota Solo.*
- Craig, James C., Grant, Robert M., 1993. *Strategik Management.* Publisher: PT. Elex Media Computindo, Jakarta.
- David, Fred R. 2007 & 2009. *Strategic Managemen.* Publisher: Pearson Prentice Hall.
- Edris, Mochamad, at.al. 2014. *Industrial Development Strategy of Cluster-Based Embroidery and Garment in Kudus, Central Java, Indonesia.* www. Ijiset.com
- Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariate denga program SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Univesitas Diponegoro.
- Griffin, Ricky W. & Ebert, Ronald J. 2007. *Business.* 8th Edition. Publisher: Pearson Education.
- Hestianingsih. 2015. *Keindahan Sualamn Minang Yang Berbeda dari Sulaman lainnya.* Minang Festival 2015. Walipop. Detikcom.
- Kleinsteuber F. Dr. & Sutojo, Siswanto. 2002. *Strategi Manajemen Pemasaran.* Penerbit: PT. Damar Mulia Pustaka.
- Mas'ud, Fuad. 2004. *Survai Diagnosis Organisasional, Konsep & Aplikasi.* Program Magister Manajemen, Universitas Diponegoro.
- McMillan, Alex. 2010. *Be A Great Entrepreneur.* Hodder Education, Hachette UK.

- Nugroho, Bhuono Agung. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS*. Penerbit: CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Nangoi, Ronald. 1997. *Marketing Dalam Era Globalisasi*. Publisher: PT. Penerbar Swadaya
- Pierce, John A., Robinson, Richard B. 2013. *Strategic Management*. Publisher: McHill.
- Pulungan, Efrida. 2012. *Diplomasi Ekonomi Kadin*. Publisher: Harian Analisa 16 April 2012.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi. 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudjana. 2005. *Metoda Statistika*. Bandung: Tarsito
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuesioner Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Penerbit: Graha Ilmu.
- Sulaiman, Wahid. 2003. *Statistik Non-Parametrik*. Penerbit: Andi Offset, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan kelima. Bandung: Alfabeta Remaja Rosdakarya
- Supriyanto. 2009. *Metodologi Riset Bisnis*. Penerbit: PT. Indeks, Jakarta.
- Siagian, Sondang. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Publisher: Gramedia, Jakarta.
- Stoner, James, A. F. 1992. *Manajemen*, (Terjemahan oleh Gunawan Hutahuruk, MBA) Jilid 2, Erlangga, Jakarta.
- Setiyadi, Mas Wigrantoro Roes. *Analisis Sumber Daya dan Kapabilitas Internal Perusahaan menggunakan RBV*. PSIM-FEUI.
- TREDA (Trade Research & Development Agency). 2011. *Indonesian Embroidery: The Elegance Motifs*.
- Zilfah & Dkk. 2007 & 2008. *Penelitian Tentang Model Pengembangan Industri Kerajinan Bordir Di Sumatera Barat*.