



Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Kain Tenun Melayu Winda Songket di Kota Pekanbaru

¹Ratih Fitriani

²La Ode Syarfan

^{1,2} Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Islam Riau. Jln Kaharuddin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan Pekanbaru, Riau, Indonesia 9022

Email : ratihfitriani@student.uir.ac.id, laodesyarfan@soc.uir.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada kain tenun Melayu Winda songket di Kota Pekanbaru. Kualitas produk menjadi faktor krusial yang menentukan kemampuan perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi penelitian adalah konsumen kain tenun Melayu Winda songket di Kota Pekanbaru dengan sampel sebanyak 56 responden yang dipilih menggunakan teknik accidental sampling. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Variabel kualitas produk diukur melalui dimensi kesesuaian spesifikasi, nilai, kenyamanan penggunaan, dukungan, dan kesan psikologis. Sedangkan variabel keunggulan bersaing diukur melalui dimensi kesempurnaan operasional, kedekatan, dan kepemimpinan produk. Teknik analisis data menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada kain tenun Melayu Winda songket. Uji hipotesis membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Secara praktis, hasil penelitian memberikan rekomendasi kepada pengrajin dan pelaku usaha tenun songket untuk fokus pada peningkatan kualitas produk sebagai strategi utama dalam menciptakan keunggulan bersaing.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Keunggulan Bersaing, Tenun Songket

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality on competitive advantage in Malay Winda songket woven fabric in Pekanbaru City. Product quality is a crucial factor that determines the company's ability to create a sustainable competitive advantage. The research method used is quantitative. The research population was consumers of Winda songket Malay woven fabric in Pekanbaru City with a



sample of 56 respondents selected using accidental sampling technique. The research instrument was a questionnaire that had been tested for validity and reliability. Product quality variables are measured through the dimensions of specification conformity, value, comfort of use, support, and psychological impression. While the competitive advantage variable is measured through the dimensions of operational perfection, proximity, and product leadership. The data analysis technique uses simple linear regression with the help of SPSS 25. The results showed that product quality has a significant effect on competitive advantage in Winda songket Malay woven fabric. Hypothesis testing proves that product quality has a positive and significant effect on competitive advantage. Practically, the results of the study provide recommendations to craftsmen and songket weaving business actors to focus on improving product quality as the main strategy in creating competitive advantage.

Keywords: Product Quality, Competitive Advantage, Songket Weaving

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis merupakan usaha yang Tenun songket melayu riau adalah salah satu komoditi unggulan provinsi Riau dan termasuk produk yang unik dan spesial di provinsi ini. Tenun songket melayu banyak digunakan oleh pemerintah setempat pada acara yang penting seperti pada saat acara pemerintahan, Halal bi Halal ataupun kunjungan pemerintah dari provinsi lainnya. Songket melayu juga banyak digunakan oleh individu seperti momen acara pernikahan yang biasanya tidak hanya digunakan oleh pengantin saja, melainkan juga kedua orang tua pengantin dan pihak keluarga. perkembangan tenun songket melayu riau yang dapat dilihat dari jumlah pengusaha tenun dikota pekanbaru memiliki jumlah tenaga kerja lebih dari 5 orang. Pencarian tenaga kerja penenun merupakan salah satu faktor penghambat usaha.

Kualitas yaitu salah satu faktor pertimbangan pembeli sebelum membeli produk. Kualitas ditentukan sekumpulan fungsi dan kegunaanya dan juga daya tahan, saat tergantung produk lain,

eksklusifitas. Kenyamanan dan wujud luar (warna, bentuk, membukusan dan sebagainya). Kualitas baik dan terpercaya akan membuat produk itu diingat para pembeli karena konsumen bersedia Membayar untuk produk tersebut. Provinsi riau adalah provinsi yang terletak ditengah pulau Sumatra yang berbatasan dengan empat provinsi. Terdiri dari daratan dan kepulauan. menjadikan Riau provinsi yang kaya dengan sumber daya alam yang berlimpah. Mulai dari minyak bumi, tumbuhan pantai, kayu hutan. Suku Melayu merupakan penduduk asli riau. Menjadikannya provinsi yang banyak masyarakat

Pendatangnya sehingga terjadi percampuran Budaya. Walaupun beragam, melayu masih terjaga hingga saat ini. Riau ini menjadi ramah bagi masyarakat. masyarakat melayu memiliki budaya yang kuat. Hal ini terlihat pada hasil kerajinan yang ada sudah sejak pemerintahan kerajaan siak, yaitu tenun songket melayu Riau.

Kain ini dibuat dengan proses menenun benang yang diselingi tenunan benang emas atau benang perak dengan ragam motif atau corak



tenunan. Kain songket ini berasal dari Siak. Awalnya saat kerajaan siak memindahkan pusat Pemerintahannya dari Siak ke pekanbaru. Perpindahan ini Membuat kerajaan siak Membuat pusat kebudayaan Melayu pindah ke pekanbaru. semenjak saat itu, kain songket melayu Menjadi kain tradisional khas Riau. Penenunan songket secara sejarah dikaitkan dengan kawasan pemukiman dan budaya Melayu, dan Menurut sebagian orang teknik ini diperkenalkan oleh pedagang india dan Arab. Menurut hikayat rakyat Palembang, asal mula kain songket adalah dari perdagangan zaman dahulu diantara Tiongkok dan india. Orang Tionghoa menyediakan benang sutera sedangkan orang india menyumbang benang emas dan perak, maka jadilah songket, pola rumit diciptakan dengan memperkenalkan benang-benang emas atau perak ekster dengan penggunaan sehelai jarum leper. Tidak diketahui secara pasti Manakah songket berasal, menurut tradisi Kelantan teknik tenun seperti ini berasal dari utara, yakni kawasan Kamboja dan siam yang kemudiaan berkembang ke selatan dipattani (Thailand), dan akhirnya mencapai Kelantan dan Terengganu (Malaysia) sekitar tahun 1500-an. Di Indonesia pusat kerajinan tangan tenun songket dapat ditemukan di sumatera, Kalimantan, Bali, sulawesi, Lombok Dan Sumbawa. tiap-tiap daerah memiliki Masing-masing nama yang Berbeda-beda Misalnya Songket aceh dari provinsi nagro aceh Darussalam, Songket batubara dan provinsi Sumatra Utara.

Songket Riau Memiliki corak motif yang khas Dan ditunen menggunakan benang sutra atau kapas. Kemudian Songket ditunen

dengan diselingi tenunan motif tertentu menggunakan benang Emas atau perak. Motif-motif dasar pada kain tenun songket Melayu Ada 7 Motif yaitu, Pucuk Rebung, Siku Keluang, Tampuk Manggis, Bunga Cengkih, Itik pulang petang, Semut Beriring, dan Awan Larat. Kain Songket Sebagai identitas budaya atau kebiasaan melayu Riau. dan pentingnya kain songket adalah untuk pakaian pada acara adat istiadat melayu riau dan digunakan untuk pakaian acara formal seperti hari-hari tertentu seperti hari jumat. Songket digunakan untuk pakaian dalam upacara adat istiadat, kain songket yang dipakai dalam upacara adat berbentuk tutup kepala, sisamping, selendang, ikat pinggang, sarung, baju, dan uncang.

Usaha Tenun songket melayu Winda di pekanbaru merupakan usaha dan menegah yang bergerak dibidang produksi kain hasil kerajinan tangan, usaha ini berdiri pada tanggal 23 february 2015 yang beralamat di jalan Inpres Gg. Ikhlas, Marpoyan Damai kota pekanbaru.

Usaha Tenun songket Melayu winda menjual berbagai jenis produk hasil kerajinan tenunan. Dalam usaha kerajinan tenun ini dilakukan penyediaan berbagai kebutuhan produksi seperti modal, tenaga kerja, bahan baku (benang), peralatan pengolahan songket dan tempat lokasi usaha. Dalam Penyediaan kebutuahn faktor produksi mayoritas perajin tenun dikota pekanbaru mengupayakan modal sendiri. Modal ini berguna untuk membeli bahan baku seperti benang, pembayaran upah tenaga kerja, biaya perawatan mesin dan sebagainya. Namun keterbatasan modal mengakibatkan terbatsanya kemampuan berusaha begitu pula halnya pada kerajinan tenun kota pekanbaru.



Adapun daftar produk yang dihasilkan usaha tenun songket

melayu Winda dipekanbaru dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel 1. Daftar produk yang dijual pada Usaha Tenun Songket Melayu Winda di Pekanbaru

NO	Daftar Nama Produk	Harga
1	Pakaian pengantin	Rp.4000. s.d Rp.4.000.000
2	Tanjak	Rp.300.000
3	Sendal Pengantin	Rp 300.000
4	Baju kemeja	Rp 500.000 s.d Rp.850.000
5	Sarung songket	Rp. 400.000 s.d Rp.5000.000
6	Figura	Rp. 250.000
7	Pakaian pengantin	Rp.6.000.000 s.d Rp.9.000.000

Sumber: Tenun songket Melayu Winda pekanbaru

Berdasarkan pada tabel 1. diatas, dapat dilihat dapat dilihat produk hasil kerajinan yang telah diproduksi pada usaha Tenun Songket Melayu Winda dipekanbaru. Tujuannya tentu untuk memenuhi kebutuhan para konsumennya dan memberikan lebih banyak lagi plihan agar calon konsumen tertarik untuk melakukan pembelian. Penelitian ini mengambil lokasi pada usaha Songket melayu winda dipekanbaru yaitu JL.Inpers, Gg ikhlas-marpoyan yang merupakan cabang dari usaha ini. Sekarang telah memiliki 30 orang karyawan sebagai pengrajin tenun. Pengerjaanya masih menggunakan alat tradisional dan untuk pengerjaan 1 helai hasil kain tenunan membutuhkan waktu 3-5 hari,tergantung pada tingkat kesulitan

motif yang dibuat.Untuk satu orang pengrajin rata-rata bisa memproduksi hasil tenunan yaitu sebanyak 7 sampai 8 helai /bulan.

Dalam pengerjaan barang dipesan dulu oleh pelanggan dibuat sesuai dengn pesanan permintaan pelanggan tersebut. Berdasarkan pemilik usaha bahwa jumlah konsumen yang datang perharinya tidak menentu karena sebagian memesan via media atau medsos, dan pemesanan dari luar kota pengiriman barangnya melauai paket.konsumen yang datang langsung ketempat produksi sekitar 4-10 orang perharinya. Untuk melihat data tenun songket yang ada dipekanbaru sebagai competitor dari usaha tenun songket melayu Winda, maka akan disajikan melalui tabel beriku ini:.

Tabel 2 Data Pesaing Usaha Tenun Songket Melayu Winda di Pekanbaru

NO	Nama Usaha	Pemilik	Alamat
1.	Wan Hamidah	Wan Hamidah	Jl. Kayu Manis No.48- Payung sekaki
2.	Wan Fitri	Mursidah	Jl. Kayu Manis No.44 –Payung Sekaki
3.	Heni afriani	Heni Afriani	Jl. Singkawang No.4- Senapelan



4.	Tampuk Manggis	Nurhayati	Jl. Sekolah- paying Sekaki
5.	Junaida	Junaida	Jl. Tanjung Jati- Lima puluh
6.	Mis	Mis	Jl. Srikandi-Tampan
8.	Dayang Daepa	Rea	Jl.Parit Indah No.86-Bukit raya
9.	Salbiah	Salbiah	Jl. Al-Furqan No.14-Lima puluh
10.	Zurina	Zerina	Jl. Tanjung Jati Gg.Mubarakah –lima puluh
11.	Mariana	Mariana	Jl.Tanjung Jati Gg-Lima puluh
12.	Yati	Yati	Jl.Tanjung Jati-Lima puluh
13.	Juli lastika	Juli lastika	Jl.Teluk Leok-Rumbai pesisir
14.	Encik Hasnah	Encik Hasnah	Jl. Tanjung Batu No.66-lima puluh

Sumber: Data Olahan Penulis, 2025

Adapun yang menjadi keunggulan usaha Tenun songket melayu Winda di pekanbaru dengan pesaing yaitu dari segi motif bahan dan warna. Motif tenun yang dibuat pada usaha tenun songket melayu winda memiliki motif yang penuh tingkat kesulitan yang tinggi untuk bahannya berasal dari bahan terbaik yaitu dari sutra ,dan corak.

Keunggulan bersaing menurut Shintia (2012) adalah Keunggulan biaya meliputi bahan baku yang mudah didapat dengan harga yang murah, efesiensi dalam produksi, pemasaran dan distribusi yang hemat dan lancar. Keunggulan diferensiasi meliputi bentuk corak motif ataupun produk, keragaman desain produk, keragaman ukuran produk. Adapun menurut Thatte (2007) indikator berupa harga produk atau jasa yang bersaing, kualitas pelayanan yang diberikan, delivery dependability, inovasi produk yang diproduksi, Time to market (waktu pembelian).

Untuk tempat usaha ini berada dekat dengan kota dan mudah diakses oleh para konsumen yang ingin berkunjung, Usaha tenun Songket Melayu Winda juga memiliki

halaman yang luas untuk memudahkan parkir kendaraan, dan jarak usaha ini cukup jauh dibandingkan pesaingnya yang sejenis.

Berdasarkan observasi yang didapat fenomena sebagai berikut:

1. Kerajinan tenun Winda songket memiliki beberapa kendala dalam menjalankan usahanya terkait dengan produk yang dihasilkan masyarakat yang bekerja sebagai pengusaha tenun mempunyai hasil produksi yang berbeda-beda. Hal ini dikarenakan pengusaha tenun biasanya memperoleh pesanan dari informasi perseorangan. Sehingga sulit pengusaha untuk mendapatkan informasi mengenai bentuk model yang sedang tinggi permintaannya. Hal ini menyebabkan produk di hasilkan hanya sekedar memenuhi pesanan saja.
2. Permasalahan yang dihadapi para perajin tenun winda songket yaitu banyaknya kain tenun diluar serta motif-motif songket yang ditiru kedalam motif kain bordir dan dikerjakan dengan mesin. Hal ini



berdampak tidak baik bagi perkembangan kerajinan tenun winda songket. Jika hal ini dibiarkan terus menerus, maka para perajin akan enggan menenun karena banyaknya tenun tiruan yang beredar dipasar tentu saja harganya lebih murah. Kemudian para pembeli cenderung membeli produk diluar, dan akhirnya lemahnya perputaran perekonomian winda songket.

Berdasarkan pernyataan diatas maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian terhadap kegiatan tersebut dengan judul **“Pengaruh Kualitas produk terhadap keunggulan bersaing kain tenun melayu Winda Songket kota pekanbaru”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka masalah dalam penelitian ini dapat di rumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana Kualitas Produk Pada Tenun Melayu kain tenun melayu Winda Songket kota pekanbaru?
2. Bagaimana keunggulan bersaing Pada kain tenun melayu Winda Songket kota pekanbaru?
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada kain tenun melayu Winda Songket kota pekanbaru?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Menganalisis kualitas produk pada kain tenun Melayu Winda songket Kota Pekanbaru.

2. Untuk menganalisis keunggulan bersaing pada kain tenun melayu Winda Songket Kota Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk terhadap keunggulan bersaing kain Tenun Melayu Winda songket Kota Pekanbaru.

STUDI KEPUSTAKAAN

A. Kualitas Produk

Produk merupakan yang salah satu diperhatikan oleh perusahaan. Produk karena memiliki peranan yang sangat penting untuk keberhasilan suatu perusahaan. Menurut Sudaryo (2016:207) produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan lepasar untuk memperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.

Produk mencakup apa saja yang bisa dipasar kantermasuk benda-benda fisik, manusia, tempat, organisasi dan ide atau gagasan menurut saidi (2007) dan Sudaryono (2016:2017). Konsep kualitas menurut Lupioyadi (2013:212) bersifat relative yang bergantung pada untuk perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri spesifikasi. Terdapat tiga kualitas yang seharusnya konsisten yang sama yaitu :1) persepsi konsumen, 2) produk, 3) proses.

Kualitas produk menurut Kotler dan Amstrong (2008:272) yaitu karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan pelanggan dan kebutuhan yang di nyatakan atau memenuhi spesifikasi-spesifikasinya.



Kualitas produk dapat disimpulkan bahwa suatu produk atau kemampuan untuk dapat memenuhi apa yang diinginkan oleh pemakainya. Pelanggan yang merasa puas akan kembali melakukan pembelian ulang dan mereka akan memberi tahu calon konsumen lainnya.

Salah satu faktor pertimbangan konsumen untuk membeli produk yang diinginkan adalah produk yang akan dibeli oleh perusahaan dapat memberikan kualitas yang sesuai dengan kebutuhan keinginan konsumen dengan memperhatikan standar-standar kualitas pasar yang ada. (puspita dkk,2016). Kualitas produk adalah kemampuan produk dalam meragakan fungsinya. (Ginting, 2012:96), kemampuan dalam melaksanakan fungsinya meliputi keandalan produk daya tahan, kemudahan dalam mengoperasikan dan perbaikan, ketetapan serta atribut bernilai lainnya (Kotler dan Amstrong,2012:283). Berdasarkan definisi kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan kualitas yang berlaku.

Dalam merencanakan penawaran produk, pemasaran perlu memahami lima tingkatan yaitu:

- a. Produk utama ini (*core benefit*), yaitu manfaat yang dibutuhkan pelanggan dari setiap produk.
- b. Produk *generic*, yaitu produk dasar yang mampu memenuhi fungsi produk yang paling dasar (rancangan produk minimal agar dapat berfungsi).

- c. Produk harapan (*expected product*) yaitu produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara normal (layak) diharapkan dan disepakati untuk dibeli.
- d. Produk pelengkap (*augmented product*), yaitu berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambahi berbagai manfaat dan layanan, sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan bisa dibedakan dengan produk pesaing.
- e. Produk potensial, yaitu segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk dimasa mendatang.

Kualitas produk adalah kemampuan produk dalam meragakan fungsinya. (Ginting, 2012:96), kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsinya ,meliputi keandalan produk daya tahan, kemudahan dalam mengoperasikan dan perbaikan, ketetapan, serta atribut bernilai lainnya (Kotler dan Amstrong,202:283). Berdasarkan definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam rangka memenuhi kebutuhan da keinginan konsumen sesuai dengan standar kualitas yang berlaku.Produk adalah suatu yang dapat ditawarkan ke pasar agar produk atau brang mau dibeli oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen.



Indikator kualitas produk menurut Krajewski dan Ritzman dalam (Wibowo, 2012:138), yaitu:

1. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to specifications*).
2. Nilai (*value*), menunjukkan seberapa baik produk mencapai tujuan yang dimaksudkan pada harga pelanggan bersedia membayarnya.
3. Cocok untuk digunakan (*fitness for use*), cocok untuk digunakan menunjukkan seberapa baik produk mewujudkan tujuan dengan mempertimbangkan kenyamanan saat menggunakannya.
4. Dukungan (*Support*), dukungan perusahaan terhadap produk juga sangat penting dalam menunjang kualitas suatu produk.
5. Kesan psikologis (*psychological impressions*), konsumen sering mengevaluasi kualitas produk berdasarkan kesan psikologis seperti suasana, citra dan estetika.

B. Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing dari pemahaman kekuatan kompetitif juga dapat berupa kinerja perusahaan. Porter dalam (Dalimanthe2018) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing yaitu jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Dapat diartikan bahwa keunggulan bersaing yaitu jantung perusahaan untuk menghadapi persaingan yang terjadi.

Menurut Purba (2011) keunggulan bersaing pada

dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang diciptakan oleh perusahaan bagi para pembelinya yang lebih dari biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk menciptakannya. Pada dasarnya setiap perusahaan yang bersaing dalam suatu lingkungan industry mempunyai keinginan untuk lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Umumnya perusahaan menerapkan strategi secara eksplisit memulai kegiatan-kegiatan berbagai departemen perusahaan yang ada.

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2003:311) mendefinisikan bahwa keunggulan bersaing adalah keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat karena lebih besar harganya lebih tinggi. Ada 2 cara untuk mencapai keunggulan bersaing yaitu, yang pertama dengan strategi biaya yang rendah membuat perusahaan menawarkan produk dengan harga yang lebih murah dengan pesaingnya. Posisi biaya rendah biasanya menempatkan perusahaan pada posisi yang menguntungkan dalam menghadapi para pesaingnya dalam sebuah industry. Yang kedua adalah sebagai strategi differensiasi produk, sehingga pelanggan merasa bahwa mereka mendapat manfaat yang lain serta lebih dengan harga yang cukup. Kedua strategi tersebut mempunyai pengaruh yang sama yakni meningkatkan anggapan manfaat yang dinikmati oleh pelanggan.

Menurut M. Treacy dan Fred Wiersema dalam (Kotler dan Armstrong, 2008:279) Indikator



Keunggulan bersaing antara lain meliputi:

1. Kesempurnaan operasional, memberikan nilai unggul dengan memimpin industri dalam hal harga dan kenyamanan.
2. Kedekatan, perusahaan mengkhususkan diri untuk memuaskan kebutuhan dan menempatkan diri pada

hubungan yang erat dengan pelanggan, dibekali pengetahuan mendalam tentang apa keinginan pelanggannya.

3. Kepemimpinan produk, perusahaan mendapatkan nilai unggul dan menawarkan aliran produk atau jasa yang canggih dengan kualitas terbaik secara berkesinambungan.

C. Teknik Pengukuran

Teknik pengukuran merupakan pengukuran terhadap setiap variabel dan indikator dengan menggunakan skala likert. Skala likert untuk mengembangkan instrumen yang mengukur sikap, persepsi dan pendapat terhadap potensi dan permasalahan suatu objek penelitian. Pengukuran terhadap variabel diklasifikasikan

menjadi 5 bobot penelitian. Maka dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 3 Pengukuran Skala Likert

No	Options	Bobot
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu-Ragu (RR)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, 2017.

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini adalah Tipe penelitian ini digunakan adalah tipe penelitian survey deskriptif dengan metode penelitian kuantitatif karna peneliti mengumpulkan data dengan menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau

menggambarkan data dengan cara melakukan pengamatan ditempat penelitian.

Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan kepada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada



umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat Kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono,2015:12).

B. Lokasi Penelitian

Kain tenun Melayu Dikecamatan Marpoyan damai kota pekanbaru. Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di winda songket Riau yang beralamatkan di Jl.Inpers Gg. Iklas 1 kota pekanbaru.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2019). Populasi untuk penelitian ini sebanyak 126 orang.

D. Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut:

- a. Data Primer
- b. Data Sekunder

Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan dalam menyampaikan ini, teknik yang digunakan sebagai berikut:

- a. Kuesioner

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019;81). Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi tersebut. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 56 orang.

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik Accidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel ,bila orang yang kebetulan ditemui sesuai sebagai sumber data. (Latief et Al., 2024). Data akan menjadi sampel. Untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini digunakan rumus slovin.

- b. Observasi
- c. Wawancara
- d. Dokumentasi

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Realibilitas
2. Analisis Regresi Linier sederhana
3. Uji t (Uji Parsial)
4. Koefisien Determinasi/R²

PEMBAHASAN

Tabel 4 Rekapitulasi Tanggapan Responden mengenai Rekapitulasi Variabel Kualitas Produk (X).

No	Indikator	Skor	Kategori
1.	Kesesuaian Spesifikasi	457	Setuju
2.	Nilai	463	Setuju



3.	Cocok Untuk Digunakan	233	Setuju
4.	Dukungan	235	Setuju
5.	Kesan Psikologis	224	Setuju
Jumlah		4.854	Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2025

Berdasarkan Tabel 4 yang menggambarkan rekapitulasi distribusi jawaban responden tentang kualitas produk, terlihat hasil yang sangat memuaskan dari kelima indikator yang diukur. Secara keseluruhan, semua indikator memperoleh kategori "Setuju" dengan total skor 1.612, yang menunjukkan bahwa kualitas produk kain tenun Melayu Winda Songket di Kota Pekanbaru telah memenuhi ekspektasi konsumen secara konsisten. Indikator "Kesesuaian Spesifikasi" memperoleh skor tertinggi dengan 457 skor, menunjukkan bahwa konsumen sangat puas dengan kesesuaian antara promosi dan kenyataan produk yang diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan telah berhasil membangun kredibilitas melalui transparansi dan konsistensi informasi produk. Sementara itu, indikator "Nilai" memperoleh skor 463 skor tertinggi. Indikator "Dukungan" memperoleh skor 235, pelayanan prima dalam pelayanan. Meskipun skornya relatif lebih rendah dibandingkan indikator lain, hal ini dapat dipahami karena aspek dukungan lebih berkaitan dengan interaksi personal yang bervariasi antar konsumen. Indikator

"Cocok Untuk Digunakan" dengan skor 232 menunjukkan tingkat kenyamanan penggunaan yang optimal, sementara "Kesan Psikologis" dengan skor 224 mengkonfirmasi bahwa produk berhasil memberikan dampak emosional positif bagi konsumen. Indikator "Nilai" memperoleh skor tertinggi (462) karena aspek nilai merupakan aspek paling penting dalam keputusan pembelian konsumen kain tenun. Konsumen menilai tinggi aspek "nilai uang" dimana mereka merasakan kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan kualitas produk yang diterima. Kain tenun Melayu Winda Songket yang merupakan produk budaya premium, konsumen sangat memperhatikan apakah investasi mereka memberikan nilai yang sepadan, baik dari segi kualitas bahan, keindahan motif, maupun nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Skor tinggi pada indikator nilai menunjukkan bahwa perusahaan berhasil menciptakan persepsi positif bahwa produk mereka memberikan manfaat dan kepuasan yang sebanding atau bahkan melebihi ekspektasi harga yang ditetapkan.

Tabel 5 Rekapitulasi Keunggulan Bersaing (Y).

No	Indikator	Skor	Kategori
1.	Kesempurnaan operasional	926	Setuju
2.	Kedekatan	472	Sangat Setuju



3.	Kepemimpinan produk	466	Setuju
Jumlah		Jumlah	1.864

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2025

Berdasarkan Tabel 5 yang menggambarkan rekapitulasi tentang keunggulan bersaing, terlihat hasil dari ketiga indikator yang diukur. Secara keseluruhan, variabel keunggulan bersaing memperoleh kategori “Sangat Setuju” dengan total skor 1.864, yang menunjukkan bahwa keunggulan bersaing perusahaan kain tenun telah terbukti kuat dan berkelanjutan di mata responden.

Indikator “Kesempurnaan Operasional” memperoleh skor tertinggi dengan 926 poin dalam kategori “Setuju”. Sementara itu, indikator “Kedekatan” memperoleh skor 472 dengan kategori “Sangat Setuju”, yang menunjukkan bahwa hubungan perusahaan dengan stakeholder, terutama pelanggan, telah terjalin dengan sangat baik dan menciptakan loyalitas yang kuat.

Indikator “Kepemimpinan Produk” memperoleh skor 466 dalam kategori “Setuju”. Meskipun skornya relatif lebih rendah dibandingkan kesempurnaan operasional, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan masih memiliki ruang untuk meningkatkan inovasi dan diferensiasi produk. Aspek kepemimpinan produk yang mencakup kemampuan

menghadirkan produk-produk inovatif dan unggul masih dapat dioptimalkan untuk memperkuat posisi kompetitif di pasar kain tenun yang semakin dinamis.

Indikator “Kesempurnaan Operasional” memperoleh skor tertinggi (926) karena aspek operasional merupakan fondasi yang paling terasa langsung oleh konsumen dalam industri kain tenun. Konsumen dapat menilai secara konkret kualitas operasional melalui hasil produk yang mereka terima, seperti konsistensi kualitas jahitan, ketepatan waktu, dan standardisasi produk. Berbeda dengan indikator lain yang lebih abstrak, kesempurnaan operasional memberikan dampak nyata dan terukur yang mudah dievaluasi responden berdasarkan pengalaman langsung mereka berinteraksi dengan produk dan layanan perusahaan kain tenun tersebut.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Data dinyatakan valid jika r -hitung lebih besar dari r -tabel. Jika r hitung $>$ r tabel (pada taraf signifikansi 5%) dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Ghozali,2005:45). dapat dilihat dari tabel yaitu :

Tabel 6 Uji Instrument Realibilitas

Variabel	Pertanyaan	R-hitung	R-tabel	Keterangan
----------	------------	----------	---------	------------



Kualitas Produk (X)	X1	0,600	0,258	Valid
	X2	0,638	0,258	Valid
	X3	0,358	0,258	Valid
	X4	0,658	0,258	Valid
	X5	0,611	0,258	Valid
	X6	0,665	0,258	Valid
	X7	0,599	0,258	Valid
Keunggulan Bersaing (Y)	Y1	0,684	0,258	Valid
	Y2	0,698	0,258	Valid
	Y3	0,548	0,258	Valid
	Y4	0,620	0,258	Valid
	Y5	0,559	0,258	Valid
	Y6	0,594	0,258	Valid
	Y7	0,615	0,258	Valid
	Y8	0,727	0,258	Valid

Sumber : Data Olahan Penulis, 2025

Tabel diatas menunjukkan hasil uji validitas bahwa semua item pada variabel Kualitas Produk (X) dari X1, X2, X3, X4, X5, X6 dan X7 di nyatakan valid karena rhitung > rtabel. Demikian pada variabel Keunggulan Bersaing (Y) dimulai dari Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7 dan Y8 dinyatakan valid karena r-hitung > r-tabel.

Tabel 7 Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach Alpa	R tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X)	0,681	0,60	Reliabel
Keunggulan Bersaing (Y)	0,783	0,60	Reliabel

Sumber : SPSS Statistic, V25, 2025

Berdasarkan pada Tabel V. 15 hasil uji reliabilitas, diperoleh hasil bahwa seluruh butir adalah reliabel karena Kualitas Produk (X) memiliki Cronbach Alpha sebesar 0,681>0,60, dan Keunggulan Bersaing (Y) memiliki Cronbach Alpha sebesar

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua instrument penelitian ini dinyatakan valid.

B. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas yang digunakan untuk menguji sejauh mana alat ukur atau instrumen dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Suatu variabel dikatakan realibel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60 (Ghozali, 2012 : 47).

0,783>0,60. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semua instrumen penelitian ini reliabel.

C. Uji Analisis Regresi Linear Sederhana



Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil penelitian dengan menggunakan

SPSS versi 25 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 8 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.471	3.735		2.803	.007
	Kualitas Produk	.798	.129	.644	6.184	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber : SPSS Statistic, V25

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diartikan diperoleh persamaan regresi

linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = 10,471 + 0,798 X$$

Persamaan diatas diartikan sebagai berikut:

- Konstan sebesar 10,471 artinya yaitu jika variabel bebas X (Kualitas Produk) bernilai tetap atau konstan maka variabel terikat Y (Keunggulan Bersaing) bernilai sebesar 798 satuan.
- Koefisien regresi X sebesar 798 menyatakan bahwa setiap penambahan nilai 1% nilai

variabel Kualitas Produk bertambah sebesar 798. Koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X (Kualitas Produk) terhadap Y (Keunggulan Bersaing) adalah positif. Semakin besar Kualitas Produk maka nilai Keunggulan Bersaing akan semakin baik.

D. Uji Koefisien Determinasi/ R²

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut tabel uji koefisien determinasi .

Tabel 9 Uji R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate



1	.644 ^a	.415	.404	3.07775
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk				

Sumber : Data Olahan SPSS, V25

Dari tabel diatas menghasilkan koefesien korelasi (R) sebesar 0.644 dengan interval koefesien berada pada 0.60-0.799 (Dilihat pada tabel tabulasi interpretasi Nilai r) maka tingkat hubungannya termasuk kedalam korelasi kuat.

Kemudian diperoleh nilai koefisien R square (R²) sebesar 0.415 (41,5%), ini menjelaskan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada kain tenun Melayu Winda Songket di Kota Pekanbaru, sebesar 41,5%, sedangkan sisanya sebesar 58,5% menggambarkan variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini seperti keputusan Pembelian, inovasi produk dan lainnya.

E. Uji T

Uji t bertujuan untuk Tujuan dari uji ini adalah untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas. Menggunakan uji t yaitu dengan membandingkan nilai thitung terhadap t tabel pada level confidence sebesar 95% atau $\alpha = 5\%$. Dasar pengambilan keputusan uji ini adalah apabila nilai t hitung > dari nilai t tabel, dan nilai signifikan < 0,05 maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. $T_{tabel} = \alpha/2 : n-k-1$
 $= 0,05/2 : 56-1-1$
 $= 0,025 : 54$
 $= 1,674$

Tabel 10 Uji T

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.471	3.735		2.803	.007
	Kualitas Produk	.798	.129	.644	6.184	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber : Data Olahan SPSS, V25

Maka dapat diambil kesimpulan:

t-hitung = 6.184 > 1,674 maka terdapat pengaruh variabel Kualitas Produk variabel Keunggulan Bersaing. artinya H1 diterima dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada kain tenun Melayu

Winda Songket di Kota Pekanbaru, karena sig < 0,05..

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk terhadap



keunggulan bersaing pada kain tenun Melayu Winda Songket di Kota Pekanbaru, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk kain tenun melayu winda songket sudah baik, semakin baik kualitas produk, semakin tinggi keunggulan bersaing yang dimiliki kain tenun Melayu Winda Songket di Kota Pekanbaru.
2. Keunggulan bersaing pada kain tenun Melayu Winda Songket di

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis data penelitian mengenai Pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada kain tenun Melayu Winda Songket di Kota Pekanbaru, maka peneliti menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pada Indikator kualitas produk yaitu, lebih menekankan aspek kesan psikologis pada produk, misalnya melalui penambahan cerita di balik motif atau memberi nilai emosional produk agar konsumen lebih merasa terhubung.
2. Pada indikator keunggulan bersaing, aspek kepemimpinan produk yang mencakup kemampuan menghadirkan produk-produk inovatif dan unggul masih dapat dioptimalkan untuk memperkuat posisi kompetitif di pasar kain tenun yang semakin dinamis.

DAFTAR PUSTAKA

Annisa Mardatillah. (2020). Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Industri Tenun Melayu Riau Berbasis Kearifan Lokal. *JURNAL Riset Bisnis Internasional*, 13 (3).

Kota Pekanbaru tercermin dari daya tarik unik, pelayanan prima dan kepercayaan konsumen yang tinggi terhadap produk lokal ini.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada kain tenun Melayu Winda Songket di Kota Pekanbaru..

Annisa Mardatillah. (2021). *Dinamika lingkungan Indonesia*. JULI 2021, p 123-128 p-ISSN2356-2226 e-ISSN 2655-8114

Choster I Barnard Tika. (2014). *perilaku organisasi*, Jakarta :pustaka Raya.2014

Hasibuan (2007). *Manajemen Sumber daya manusia perusahaan*, Bandung.

Dewi, N. W. P. N., & Suparna, G. (2017). *Peran inovasi dalam memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing industri Kain Endek* (Doctoral dissertation, Udayana University).

Ghanimata kamal. (2012). *journal of Management and Busines* .<https://jmbr.ppm-school.ac.id>

Ginting. (2012). *Manajemen pemasaran*, cetakan 2, Bandung: Yrama Widya.

Amstrong. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran* Jakarta Erlangga. <http://dx.doi.org/10.31258/dli.8.2> .p.123-128 Jakarta: PT. Indeks Kelompok gramedia.

Kotler Amstrong (2007). *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS (JUMANIS) PRODI KEWIRAUSAHAAN VOL: 02 NO :01.P.ISSN: 2686-*

0554.P.ESSN:2686-5939

DOI:10.47080/AGUSTUS 2020.

Lupioyadi. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3. Jakarta:Salemba Empat

Kotler Amstrong. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta PT.Indeks.

Mardatillah A.(2021). Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Berbasis Kearifan Lokal.Dinamika Lingkungan..id/index.php/jirm/article/view/2605