



Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen Vol 2, (1), 2018, 65-78  
**JURNAL INSPIRASI BISNIS & MANAJEMEN**  
Published every June and December e-ISSN: 2579-9401, p-ISSN: 2579-9312  
Available online at <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>



## **Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Kelangngan Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing**

**Asep Kurniawan, Yun Yun**  
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Jenderal Achmad Yani, Cimahi Indonesia

**Abstract.** *The purpose of this study is to determine the influence of entrepreneurial competence and business sustainability to competitive advantage. The research method used is quantitative method. The population in this study is the culinary SMEs in Cimahi City with the number of samples of 50 respondents. The sampling technique used is purposive sampling. Data retrieval technique used is a questionnaire by using Likert instrument measuring scale. Data analysis technique used is Partial Least Square- Structural Equation Modeling. The results showed that there is a positive influence of entrepreneurial competence variables and business continuity to the competitive advantage of business in the field of culinary in the City of Cimahi*

**Keywords:** *Business Continuity; Competitive Advantages; Entrepreneurship Competencies*

**Abstrak.** *Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kompetensi kewirausahaan dan kelangngan usaha terhadap keunggulan bersaing. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM kuliner di Kota Cimahi dengan jumlah sampel sebanyak 50 orang responden. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling purposive. Teknik penarikan data yang digunakan adalah kuesioner dengan menggunakan skala ukur instrumen likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah Partial Least Square- Structural Equation Modeling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif variabel kompetensi kewirausahaan dan kelangngan usaha terhadap keunggulan bersaing usaha di bidang kuliner di Kota Cimahi*

**Kata Kunci:** *Kelangngan Usaha; Keunggulan Bersaing; Kompetensi Kewirausahaan*

*Cronicle of Article :Received (29-01-2018); Revised (24-04-2018); and Published (26-6-2018)*

©2018 Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen Lembaga Penelitian Universitas Swadaya Gunung Jati.

**Profile and corresponding author :** Dr. Asep Kurniawan dan Yun Yun, SE., MSM adalah dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Achmad Yani. Jalan Terusan Jenderal Sudirman Cimahi. *Corresponding author:* [asepkurniawan2010@gmail.com](mailto:asepkurniawan2010@gmail.com), [yunyun@lecture.unjani.ac.id](mailto:yunyun@lecture.unjani.ac.id)

**How to cite this article :** Kurniawan, A., & Yun, Y. (2018). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Kelangngan Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*. 2(1), 65-78.

Retrieved from <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>

## PENDAHULUAN

Produk Usaha Kecil Menengah (UKM) saat ini harus didorong untuk mampu memenangkan persaingan dari produk impor terutama produk yang dihasilkan dari negara ASEAN, untuk itu UKM perlu upaya yang keras dan berkesinambungan agar mampu meningkatkan kualitas produk yang dihasilkannya sesuai dengan Standar Nasional Indonesia (SNI), (Kemenperin.go.id) UKM memiliki peran strategis dan mempunyai kontribusi yang sangat besar bagi perekonomian nasional dengan menyumbang 53,3% dari total PDB (Pendapatan Domestik

Bruto). Dalam sistem perekonomian nasional menunjukkan bahwa UKM ternyata lebih tahan terhadap berbagai ancaman yang dapat menyebabkan terjadinya krisis ekonomi. Usaha kecil menenga (UKM) mampu menyerap banyak tenaga kerja, selain itu UKM juga mampu meningkatkan PDB, menyumbang dana APBN dan APBD dari pajak yang dibayar oleh pelaku UKM, serta mampu mengembangkan dunia usaha. Hal ini yang mendorong pihak pemerintah dan para pelaku usaha untuk melakukan upaya dalam pengembangan UKM atau sektor Industri Kecil dan Menengah (ukmdepok.co.id.)

**Tabel 1. Jumlah Usaha Kecil berdasarkan KLBI Tahun 2010-2015**

<b>KBLI (Deskripsi)</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Jumlah Usaha Kecil	202.877	424.284	405.296	531.351	284.501	283.022
Pertambahan (%)		52	-5	24	-87	-1

Sumber : Diolah dari [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id), 2017

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan jumlah usaha kecil menurut Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KLBI) telah terjadi penurunan yang cukup tinggi terkait jumlah usaha kecil dari tahun 2013 ke tahun 2014 dan terjadi penurunan juga jumlah usaha kecil dari tahun 2014 ke tahun 2015. Penurunan tersebut harus menjadi perhatian berbagai pihak terkait dengan memikirkan bagaimana memperoleh kelangnggan usaha para pelaku usaha kecil Indonesia.

Kota Cimahi memiliki pertumbuhan berbagai jenis usaha kuliner yang cukup tinggi. Semakin berkembangnya industri kuliner di Kota Cimahi akan menyebabkan persaingan semakin tinggi. Perlu diketahui dalam usaha dibidang kuliner, faktor kualitas menjadi hal yang utama sehingga para pelaku usaha dituntut untuk selalu mampu menjaga kualitas produknya agar tetap dapat memiliki keunggulan bersaing dengan menjaga kelangnggan usahanya dan upaya peningkatan kompetensi para pelaku usaha di Kota Cimahi ([organisasi.cimahikota.go.id](http://organisasi.cimahikota.go.id)).

Berdasarkan Direktori Bisnis Kota Cimahi Tahun 2014, industri pengolahan di Kota Cimahi memiliki kontribusi ekonomi

sebesar 57,9%. Industri pengolahan tersebut secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dengan prosentase sebesar 97,85% (terdiri dari 2.725 perusahaan) dan industri besar dengan prosentase sebesar 2,15% (terdiri dari 60 perusahaan) ([organisasi.cimahikota.go.id](http://organisasi.cimahikota.go.id)).

Para pelaku usaha kuliner sebaiknya mampu menetapkan strategi usaha dengan konsep selalu memperhatikan tingginya peluang yang harus segera di manfaatkan dengan cepat dan baik untuk upaya pengembangan dan pertumbuhan usahanya. Akan tetapi banyak kendala yang terjadi terkait kompetensi yang dimiliki khususnya pelaku usaha kecil diantaranya masih rendahnya kemampuan manajerial serta pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pelaku usaha kecil yang membuat bisnisnya tidak berkembang.

Seperti yang disampaikan dari penelitian (Kurniawan Asep, Irawan Andri, Yunyun 2016) yang melakukan penelitian di Kota Cimahi dan Kota Bandung, pelaku usaha kecil bidang kuliner masih kurang dalam kompetensinya di bidang *organizing competencies*, *strategic competencies* dan

*conceptual competencie*. Kekurangan tersebut tentunya akan menghambat keberlangsungan usaha dari pelaku usaha kecil bidang kuliner di Kota Cimahi dan Kota Bandung. Para pelaku usaha harus mampu meningkatkan kompetensi usahanya dan mampu menjaga kelanggangannya terutama disaat semakin ketatnya persaingan di bidang kuliner. Untuk terus dapat eksis dalam persaingan maka diperlukan upaya untuk meningkatkan *market share* melalui peningkatan kompetensi kewirausahaannya.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan adanya hubungan yang sedang antara kompetensi pelaku usaha dengan kelanggan usaha bidang kuliner di wilayah Bandung Raya (Kota Bandung, Kota Cimahi, Kabupaten Bandung Barat dan Kabupaten Bandung). Sehingga dapat dijelaskan bahwa kompetensi pelaku usaha kecil bidang kuliner dapat melanggangkan usaha bidang kuliner di wilayah Bandung Raya.

Selanjutnya semakin ketatnya persaingan usaha kuliner yang terjadi di Kota Cimahi membuat para pelaku usaha kecil bidang kuliner untuk selalu menjaga daya saingnya terutama dalam hal harga dan kualitas agar dapat menjaga kelanggan usahanya dan memperbaiki kompetensi yang dimilikinya sehingga keunggulan bersaing dapat ditingkatkan.

Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kompetensi kewirausahaan dan kelanggan terhadap keunggulan bersaing. Tujuan yang ingin di capai dari hasil penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kompetensi pelaku usaha dan kelanggan usaha terhadap keunggulan bersaing UKM bidang kuliner di Kota Cimahi. Sebagai solusi atas permasalahan yang terjadi terkait masalah kompetensi pelaku usaha, kelanggan usaha dan keunggulan bersaing UKM bidang kuliner. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan jawaban atas permasalahan yang terjadi terkait kompetensi pelaku usaha kecil, kelanggan usaha dan keunggulan bersaing.

## KAJIAN LITERATUR

### Kompetensi Kewirausahaan

Kompetensi merupakan karakteristik utama yang dimiliki kebanyakan orang yang sukses di organisasi atau bidang profesi (Robin, K. 2008). Kompetensi merupakan sejumlah karakteristik individu yang berhubungan dengan acuan kriteria perilaku yang diharapkan dan kinerja terbaik dalam sebuah pekerjaan atau situasi yang diharapkan untuk dipenuhi (Spencer, Lyle M. JR; Spencer, 1993). Selanjutnya menurut Spencer and Spencer dalam (Kaur & Bains, 2013) menjelaskan bahwa *competency as an underlying characteristic of an individual that is casually related to criterion referenced effective and/or superior performance in a job or situation*.

Definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kompetensi merupakan karakteristik dasar dari individu yang dimungkinkan memberikan kinerja unggul dalam pekerjaan, peran, atau situasi tertentu. Kompetensi juga merupakan pengintegrasian dari pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang memungkinkan untuk melaksanakan satu cara efektif. Kompetensi terbentuk dari lima karakteristik yaitu: watak, motif, konsep diri, pengetahuan, dan keterampilan, Spencer and Spencer (1993), (Manopo, 2011).

Kewirausahaan merupakan adaptasi dari perilaku terarah yang bertujuan untuk memulai, mempromosikan dan mengelola kegiatan ekonomi untuk produksi dan memobilisasi dari sumber daya keuangan (Saba Khalid; Khalid Bhatti, 2015). Setiap kewirausahaan meliputi keterbukaan, kebebasan, pandangan yang luas, berorientasi pada masa datang, berencana, berkeyakinan, sadar, dan menghormati orang lain dan pendapat orang lain. Dalam mencapai keberhasilannya seorang wirausaha memiliki ciri-ciri tertentu pula. "*Entrepreneurship and Small Enterprise Development Report*" mengemukakan beberapa karakteristik kewirausahaan yang berhasil, diantaranya memiliki ciri-ciri: 1) proaktif, yaitu berinisiatif dan tegas (*assertive*), 2) berorientasi pada prestasi, yang tercermin dalam pandangan dan bertindak (*sees and acts*)

terhadap peluang, orientasi efisiensi, mengutamakan kualitas pekerjaan, berencana, dan mengutamakan monitoring, 3) komitmen kepada orang lain, misalnya dalam mengadakan kontak dan hubungan bisnis (Zimmerer, Thomas W; Scarborough, 2005).

Pelaku usaha kecil bidang kuliner juga memerlukan kompetensi kewirausahaan. Kompetensi kewirausahaan dapat diartikan *Entrepreneurial competency is defined as the individual characteristics. Entrepreneur is a person who undertakes risk for gaining profit in the business venture* (Kaur & Bains, 2013). Pengertian tersebut menjelaskan bahwa kompetensi kewirausahaan sebagai karakteristik individu, wirausahawan merupakan orang yang mengambil alih resiko untuk memperoleh manfaat dari bisnis yang dijalaninya.

Casson and Gudley dalam (Dimitriades, Zoe S, 2007) menjelaskan bahwa kompetensi kewirausahaan berasal dari orientasi strategis dari perusahaan. Orientasi tersebut terkait dengan penilaian dalam aspek pengambilan keputusan. Aspek penting dalam kompetensi kewirausahaan ini yaitu proaktif, pembe-lajaran, jaringan dan otonomi

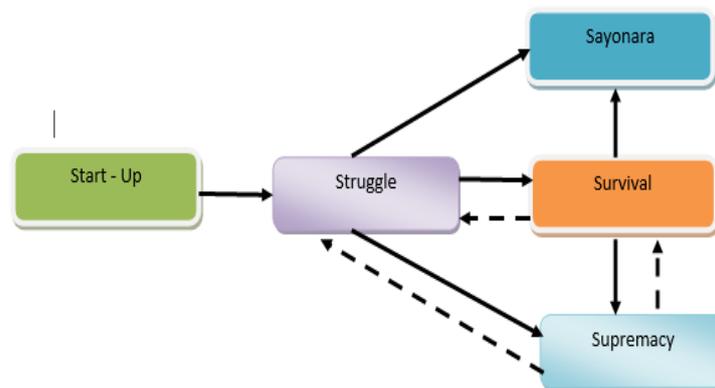
Sedangkan menurut Lado, *et all* dalam (Saba Khalid; Khalid Bhatti, 2015) *Define entrepreneurial competence as the managerial capability of a firm's leaders to create and communicate a strategic vision for structuring inter-firm relations*. Kompetensi

kewirausahaan merupakan kapasitas manajerial dari pemimpin perusahaan untuk menciptakan dan mengkomunikasikan sebuah visi strategis untuk menyusun *inter-firm relation*. Kompetensi kewirausahaan harus dapat menyampaikan visi strategi agar dapat membangun hubungan internal perusahaan. Wirausahawan harus mampu membangun hubungan internal yang baik agar dapat mencapai visi strategis yang ingin dicapai.

Sehingga indikator kompetensi kewirausahaan yang dijadikan sebagai ukuran dalam penelitian ini yaitu *opportunity competency, organizing competencies, strategy competencies, social competencies, commitment competencies* dan *conceptual competencies*. Keenam indikator tersebut akan dijadikan pembentuk variabel kompetensi pelaku usaha kecil bidang kuliner di Kota Cimahi.

### Kelangngan Usaha

Kelangngan usaha/bisnis merupakan isu strategik bagi setiap organisasi bisnis. kelangngan bisnis maknanya terletak pada keberlanjutan eksistensi sebuah organisasi di pasar relevan yang dilayaninya (Banbury, C.M., Mitchell, 1995). Ukuran yang digunakan mencakup durasi *survival* maupun peluang *survival*. Secara sederhana bahwa perjalanan hidup sebuah bisnis bisa diilustrasikan dalam tahap 5 S (lihat gambar 2.1 dibawah ini) (Tjiptono, 2013):



Sumber : Tjiptono (2003)

**Gambar 1. Lima Tahap Perjalanan Hidup Sebuah Bisnis (Model 5 CS)**

Tahap pertama adalah *start-up*, yakni saat didirikan atau dimulainya usaha bersangkutan. Setelah itu tahap *struggle* yang merupakan fase kritis karena umumnya usaha baru masih berusaha mencari bentuk yang tepat dan meraih konsumen. Sebagai perusahaan baru yang umumnya masih berukuran kecil, tantangan terberat yang dihadapi adalah *liability of newness* dan *liability of smallness*. Kalau berhasil dilewati dengan baik masuklah bisnis itu pada tahap *survival*. Dalam tahap ini bila semua usaha bisa ditingkatkan dengan baik, maka akan tercapai tahap ideal, yakni *supremacy*. Menariknya empat tahap (*struggle*, *survival*, *supremacy* dan *sayonara*) saling berhubungan. Tidak ada jaminan sebuah perusahaan yang berada pada tahap *supremacy*. Bila tidak mampu menyesuaikan diri dengan dinamika lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat sangat mungkin perusahaan bakal mengalami kemunduran yang selanjutnya berpotensi berujung pada kebangkrutan.

Setidaknya ada tiga alasan utama mengapa kelanggengan bisnis perlu dijadikan kriteria kinerja kewirausahaan. Pertama, *survival* merupakan ukuran minimum kesuksesan perusahaan dan prasyarat bagi indikator kinerja bisnis lainnya seperti pertumbuhan, profitabilitas, pangsa pasar dan lain-lain (Drucker, 1954). Kedua, prinsip "*going concern*" dalam bisnis terutama akuntansi menyatakan sebuah organisasi bisnis didirikan dengan maksud untuk hidup selamanya (Kieso, D.E., Weygandt, J.J., Warfield, 2010). Implikasinya kelanggengan perusahaan merupakan hal esensial bagi investor, kreditor, pemilik, manajer, karyawan, pelanggan, pemerintah dan *stakeholder* lainnya. Ketiga, fakta empiris menunjukkan terjun ke sebuah bisnis tampaknya relatif gampang namun bukanlah hal mudah untuk bertahan hidup (*survive*) (Geroski, 1995). Kriteria *survival*, *going concern* dan fakta empiris akan membentuk kelanggengan usaha bagi pelaku usaha kecil bidang kuliner di Kota Cimahi.

### Keunggulan Bersaing

Ide dalam keunggulan bersaing yang penuh dengan kekuatan yaitu mengenali keunggulan bersaing sebagai alat untuk mencapai tujuan (Peter, 2010). Selain itu, Thompson dalam (Al-Rfou and Trawneh., 2010) "*Competitive advantage defined as the ability of an organization to add more value for its customers than its rivals and thus attain a position of relative advantage, the challenge is to sustain any advantage once achieved*", menjelaskan bahwa keunggulan bersaing sebagai kemampuan dari sebuah organisasi untuk lebih meningkatkan nilai bagi pelanggan dan dibandingkan pesaing yang memiliki posisi relatif menguntungkan, tantangannya adalah mempertahankan setiap keunggulan untuk sebuah capaian (Al-Rfou and Trawneh., 2010). Dan menurut (Agha and Alrubaiee, 2012) "*A firm is said to have a competitive advantage when it is implementing a value creating strategy not simultaneously being implemented by any current or potential player*". Penjelasan tersebut menyatakan bahwa keunggulan bersaing diperoleh ketika mengimplementasikan strategi dalam penciptaan nilai yang tidak dilakukan secara simultan oleh pemain lain ataupun pemain potensial.

Sedangkan menurut (Li, Suhong. Nathan, Bhanu Ragu. Nathan, T.S. Ragu. Rao, 2006) "*Competitive advantage is one factor that an organization is able to create a state of defense against competitors and includes a feature that allows an organization to distinguish itself from its competitors*". Berdasarkan pendapat (Li, Suhong. Nathan, Bhanu Ragu. Nathan, T.S. Ragu. Rao, 2006) menyatakan kompetitif merupakan sebuah faktor yang ada pada sebuah organisasi untuk menciptakan ruang yang berfungsi untuk menahan serangan dari kompetitor dan termasuk apa yang mampu dilakukan perusahaan untuk mengalahkan para pesaingnya.

Pesaingan dalam industri sangatlah dinamis. Seiring dengan adanya perubahan lingkungan yang semakin cepat, membuat

persaingan semakin ketat. Banyak cara dalam memperoleh keunggulan bersaing misalnya dalam jangka pendek diperoleh dari strategi biaya rendah maupun strategi differensiasi, dalam jangka panjang daya saing perusahaan hanya dapat dicapai dengan melakukan inovasi dan perbaikan secara berkesinambungan. (Best, 2000) mendefinisikan keunggulan bersaing sebagai keunggulan atas pesaing yang didapatkan dengan menyampaikan nilai pelanggan yang lebih besar, melalui harga yang lebih murah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang sesuai dengan penetapan harga yang lebih tinggi.

Pengembangan keunggulan bersaing yang berkesinambungan saat ini semakin sulit. (Horngren, Charles T.) menyatakan Keunggulan bersaing yang diperoleh dapat cepat menghilang. Perusahaan dapat mempertahankan keunggulan bersaing sampai layanan yang mereka berikan dan pola bagaimana mereka menyampaikannya memiliki atribut sesuai dengan kriteria sejumlah pelanggan. Dalam memberikan nilai lebih kepada pelanggan, perusahaan harus memperhatikan beberapa dimensi dari *competitive advantage*/keunggulan bersaing.

Ukuran dalam menilai ketercapaian dari keunggulan bersaing sangat diperlukan untuk mengetahui sejauh mana perusahaan memiliki keunggulan bersaingnya di bandingkan dengan pesaingnya.

Dari definisi para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa keunggulan kompetitif atau keunggulan bersaing merupakan kemampuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam memberikan nilai lebih kepada pelanggan dibandingkan dengan pesaingnya.

Dimensi dalam *competitive advantage* yaitu *cost*, *flexibility*, *delivery*, and *quality*. Menurut (Mahmood Hosseini, Azizi, & Sheikhi, 2012) mengemukakan bahwa keunggulan bersaing adalah keinginan manajemen yang kuat dalam menguasai : biaya (*cost*), mutu (*quality*), waktu (*time*) dimana pencapaian nilai pelanggan dalam rangka untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan bersaing erat

hubungannya dengan aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan.

*The five dimensions of competitive advantage construct used in this study are:*

1. *Price/Cost*. Kemampuan dari sebuah organisasi untuk dapat bersaing dengan kompetitor berdasarkan harga yang rendah.
2. *Quality*. Kemampuan perusahaan untuk menawarkan kualitas produk dan kinerja yang membuat nilai yang lebih tinggi bagi konsumen.
3. *Deliver dependability*. Kemampuan dari organisasi untuk menyediakan waktu, tipe dan jumlah dari produk yang dipesan konsumen.
4. *Product innovation*. Kemampuan dari organisasi untuk memperkenalkan produk baru dan fiturnya ke pasar
5. *Time to market*. Kemampuan dari organisasi untuk memperkenalkan produk baru lebih cepat dari pada kompetitor utama.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa dimensi yang tepat untuk mengukur *competitive advantage* terdiri dari fleksibilitas dalam merespon pasar, biaya, kualitas, dan pengiriman.

1. **Fleksibilitas dalam merespon konsumen**  
Keunggulan dalam merespon keinginan dan kebutuhan pasar merupakan bagian yang penting dalam dimensi keunggulan bersaing. Seperti yang disampaikan oleh Fleisher and Bensoussan dalam (Diab, 2013) "*The flexibility is important dimensions for the purpose of competition by quick responding to the customer's needs*". Perusahaan yang memiliki *competitive advantage* harus mampu memberikan respon yang cepat kepada pelanggan baik untuk permintaan maupun keluhan dari pelanggan.
2. **Biaya**  
Efisiensi dalam penggunaan biaya operasi perusahaan dalam produksi merupakan bagian dari pencapaian *competitive advantage* perusahaan. Menurut Baranes and Brady dalam (Diab, 2013) "*In addition we can say that the organizations have a competitive advantage, when the*

*accumulated costs related to productive activities less than those of competitors*". Faktor-faktor yang mempengaruhi biaya rendah menurut Deborah dalam (Diab, 2013) "*The Factor that lead to lower costs; increased experience, qualifications, and education, successful investment, initiated suitable policies for production and distribution, and the exploitation of resources available*".

### 3. Kualitas

Dalam rangka mencapai keunggulan bersaing, kualitas dari produk dan jasa memegang peranan yang penting atau menjadi hal utama. Kualitas menjadi prioritas untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang menjadi bagian dari *competitive advantage*. Seperti yang dikemukakan oleh Barker dalam (Diab, 2013) "*Use quality as the entrance to satisfy customers, not just as a way to solve problems and reduce costs*".

### 4. Pengiriman

Pengiriman merupakan salah satu kegiatan yang memerlukan biaya yang tinggi dalam penggunaan biaya operasional perusahaan. Sehingga untuk mengefisienkan biaya operasional, perusahaan sebaiknya mengutamakan pengiriman produk yang cepat, tepat waktu dan tepat kualitas. Bakri dalam (Diab, 2013) "*The speed of services and response to customer demand has become one of the factors of competitions between organizations, this is linked to the customers willingness to pay higher cost for the services or product he/she need in a timely*".

## Kerangka pemikiran

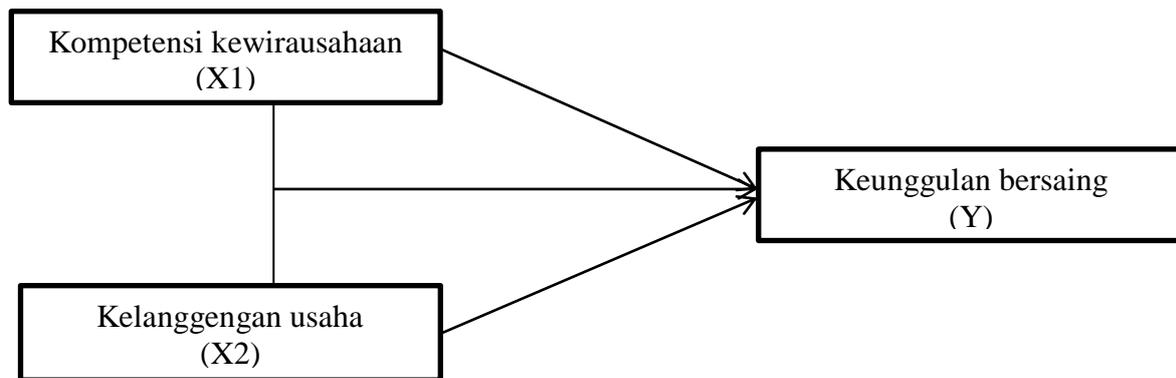
Berdasarkan beberapa penelitian yang di kemukakan mengenai keterkaitan antara

kelangngan usaha melalui kompetensi wirausaha, penelitian dari (Taipale-Eräväla, Lampela, & Heilmann, 2015) menyatakan pendekatan kompetensi terbagi menjadi empat perspektif (*individual's viewpoint, entrepreneurial perspective, organizational side, and network perspective*). Mengacu pada hasil dari penelitian, kedua kompetensi internal dan *network* kompetensi dibutuhkan untuk bertahan pada situasi krisis.

Kemampuan pelaku usaha kecil untuk *survive* dan berkembang usahanya dipengaruhi beberapa faktor dalam kewirausahaan, diantaranya kreativitas dan inovasi. Hasil penelitian Kuriloff, dalam (Sya'roni & Sudirham, 2012) melihat beberapa indikator dari kreativitas dan inovasi yang membentuk kompetensi kewirausahaan dan dapat membantu keberlanjutan usaha kecil. Dalam berwirausaha dibutuhkan kemampuan mengukur kemungkinan kerugian yang mungkin timbul serta memperoleh dan memanfaatkan peluang dengan cara tertentu. Selanjutnya (Sya'roni & Sudirham, 2012) menyatakan dalam penelitiannya dalam berwirausaha membutuhkan *self knowledge, practical knowledge, search skill, computation skill, communication skill*.

Tingkat *knowledge transfer* yang tinggi dapat mempengaruhi keunggulan bersaing (Sheng, Margaret L. Chang, 2013). *Knowledge transfer* dalam kompetensi kewirausahaan memberikan pengaruh yang positif terhadap keunggulan bersaing. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan yang positif antara kompetensi kewirausahaan dan keunggulan bersaing.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti merumuskan kerangka pemikiran pada gambar di bawah ini :



Sumber : Hasil kajian penulis dari berbagai sumber

**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

### **Hipotesis**

Berdasarkan kerangka pemikiran yang terdapat dalam gambar 1, maka penulis merumuskan hipotesis yaitu :

1. Diduga terdapat pengaruh positif kompetensi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing
2. Diduga terdapat pengaruh positif kelangnggan usaha terhadap keunggulan bersaing
3. Diduga terdapat pengaruh positif kompetensi kewirausahaan dan kelangnggan usaha terhadap keunggulan bersaing.

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, hal ini dikarenakan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besaran pengaruh kompetensi kewirausahaan dan kelangnggan usaha terhadap keunggulan bersaing.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang terdapat di Kota Cimahi

dengan jumlah sampel sebanyak 50 orang responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling purposive, karena dalam penelitian sampel yang dipilih hanya pelaku UMKM yang memiliki omset perhari Rp 100.000- Rp 1.000.000, jumlah tenaga kerja dibawah 5 orang dan tahun berdiri sebelum tahun 2009. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner dengan skala ukur instrumen menggunakan skala likert

Teknik analisis data yang dilakukan adalah menggunakan analisis SEM dengan bantuan aplikasi Smart PLS SEM. Melalui analisis ini peneliti dapat mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen, koefisien korelasi, determinasi, serta pengujian hipotesis penelitian.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Hasil**

Untuk melihat profil responden dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

**Tabel 2. Karakteristik Responden**

Kategori	Alternatif jawaban	Frekuensi (F)	Persen (%)
Lokasi responden	Baros	5	10
	Cibabat	8	16
	Cibereum	3	6
	Cigugur Tengah	3	6
	Cimahi	6	12
	Cimindi	6	12
	Cipageran	3	6
	Citereup	1	2
	Contong	4	8
	Lewigajah	8	16
	Melong	2	4
	Utama	1	2
	Tahun berdiri	2003	7
2004		7	14
2005		7	14
2006		7	14
2007		7	14
2008		8	15
2009		8	15
Jumlah karyawan	4 orang	14	27
	3 orang	14	28
	2 orang	6	11
	1 orang	17	33
	0 orang	1	1

Sumber : hasil pengolahan data, 2018

Berdasarkan gambar diatas, yang menjadi responden yaitu pelaku usaha kecil bidang kuliner di Kota Cimahi yang membuka usaha antara tahun 2003-2009. Responden yang membuka usaha sejak tahun 2003-2007 rata-rata 14% setiap tahunnya. Serta yang mulai mendirikan usaha setelah tahun 2007 yaitu berjumlah 15% ditahun 2008 dan 15% ditahun 2009. Cukup merata dalam pembagian tahun untuk responden. Berdasarkan gambar di atas, cukup merata pembagian jumlah tenaga kerja yang menjadi responden. Dengan batasan

jumlah tenaga kerja maksimal 4 orang, maka terdapat 27% pelaku usaha kecil yang memiliki tenaga kerja 4 orang, 3 orang sebanyak 28% dan 2 orang sebanyak 11%. Sisanya tidak memiliki tenaga kerja sebanyak 1 %

Untuk mengetahui persepsi responden mengenai variabel yang diteliti, maka peneliti melakukan analisis distribusi frekuensi terhadap variabel yang diteliti. Hasil analisis distribusi frekuensi variabel kompetensi wirausaha terdapat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 2. Distribusi Frekuensi Variabel Kompetensi Kewirausahaan**

No	Dimensi	Skor
1	<i>Opportunities competency</i>	4,04
2	<i>Organizing competencies</i>	3,06
3	<i>Strategic competencies</i>	2,83
4	<i>Social competencies</i>	3,98
5	<i>Commitment competencies</i>	4,10
6	<i>Conceptual competencies</i>	2,83
<b>Skor rata-rata kompetensi kewirausahaan</b>		<b>3,47</b>

Sumber : hasil pengolahan data, 2018

Berdasarkan tabel di atas, untuk variabel kompetensi pelaku usaha kecil bidang kuliner di Kota Cimahi termasuk pada kategori baik. Dari keenam indikator yang digunakan, tiga indikator terkategori cukup baik yaitu *organizing competencies*, *strategy competencies* serta *conceptual competencies*.

Selain itu, untuk indikator yang terkategori baik yaitu *opportunity competencie*, *social competencies* dan *commitment competencies*.

Selanjutnya hasil analisis distribusi frekuensi variabel kelangggan usaha terdapat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 3. Distribusi Frekuensi Variabel Kelangggan Usaha**

No	Dimensi	Skor
1	<i>Survival</i>	3,98
2	<i>Going concern</i>	3,88
3	Fakta empiris	3,86
<b>Skor rata-rata kelangggan usaha</b>		<b>3,91</b>

Sumber : hasil pengolahan data, 2018

Berdasarkan tabel di atas, untuk variabel kelangggan usaha pelaku usaha kecil bidang kuliner di Kota Cimahi termasuk pada kategori baik. Ketiga indikator yang

digunakan semuanya terkategori baik. Untuk mengetahui hasil analisis ditribusi frekuensi variabel keunggulan bersaing terdapat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4. Distribusi Frekuensi Variabel Keunggulan Bersaing**

No	Dimensi	Skor
1	Respon	3,08
2	Biaya	3,40
3	Kualitas	3,34
4	Pengiriman	3,08
<b>Skor rata-rata keunggulan bersaing</b>		<b>3,23</b>

Sumber : hasil pengolahan data, 2018

Berdasarkan tabel di atas, untuk variabel keunggulan bersaing pada pelaku usaha kecil bidang kuliner di Kota Cimahi termasuk pada kategori cukup baik. Jadi keempat indikator yang digunakan terkategori cukup baik.

Untuk mengetahui validitas dari instrumen yang digunakan dalam penelitian, maka peneliti melakukan uji validitas dengan menggunakan aplikasi SMART PLS, hasil uji validitas instrumen terdapat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5. Outer Loading**

	Kelanggengan Usaha	Keunggulan Bersaing	Kompetensi
XA2			0.738
XA3			0.656
XA4			0.747
XA5			0.802
XA6			0.836
XB1	0.729		
XB2	0.766		
XB3	0.775		
Y1		0.761	
Y2		0.786	
Y3		0.875	
Y4		0.866	

Sumber : hasil pengolahan data, 2018

Berdasarkan nilai *outer loading*, nilai *outer loading* masing-masing dimensi memiliki nilai *outer loading* lebih besar dari 0,5 artinya semua dimensi dapat digunakan

untuk membentuk *outer model Partial Least Square (PLS)*. Selanjutnya untuk mengetahui reliabilitas intrumen penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

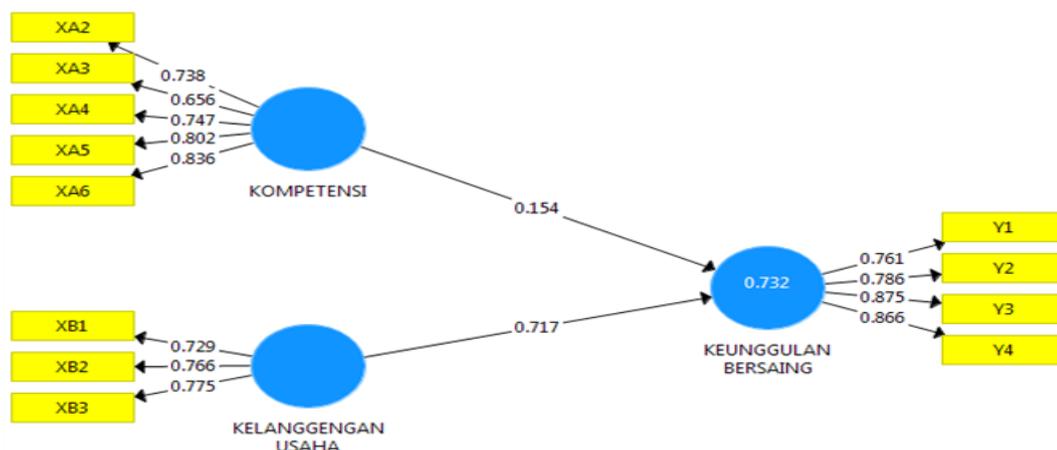
**Tabel 6. Construct Reliability**

Konstruk	Cronbach's Alpha
Kelanggengan Usaha	0.631
Keunggulan Bersaing	0.841
Kompetensi	0.814

Sumber : hasil pengolahan data, 2018

Berdasarkan tabel *composite reliability*, untuk menguji konsistensi internal, keseluruhan variabel memiliki nilai lebih dari 0,6. Artinya model yang di bangun memenuhi syarat untuk membentuk model yang konsisten.

Untuk mengetahui pengaruh variabel kompetensi wirausaha dan kelanggengan usaha terhadap keunggulan bersaing, maka dapat dilihat dalam gambar berikut ini :



Sumber : Hasil pengoahan data, 2018

**Gambar 2 Structural Equity Modeling**

Berdasarkan gambar diketahui bahwa nilai koefisien korelasi antara variabel kompetensi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing adalah 0.154, hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kompetensi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing termasuk pada kategori sangat rendah. Nilai koefisien korelasi kelangnggan usaha terhadap keunggulan bersaing adalah 0.717, hal ini menunjukkan bahwa derajat keeratan hubungan antara variabel kelangnggan usaha terhadap keunggulan bersaing termasuk pada kategori kuat. Nilai koefisien korelasi variabel kompetensi kewirausahaan dan kelangnggan usaha terhadap keunggulan bersaing adalah 0.732, hal ini memiliki arti bahwa derajat keeratan hubungan antara variabel kompetensi kewirausahaan dan kelangnggan usaha terhadap keunggulan bersaing termasuk pada kategori kuat.

Untuk mengetahui besaran pengaruh antara variabel kompetensi kewirausahaan dan kelangnggan usaha terhadap keunggulan bersaing, maka dilakukan dengan menghitung koefisien determinasi. Nilai koefisien determinasi didapatkan dari nilai koefisien korelasi yang dikuadratkan. Nilai koefisien determinasi antara variabel kompetensi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing adalah 0.023, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel kompetensi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing sebesar 2%. Nilai koefisien determinasi kelangnggan usaha terhadap keunggulan bersaing adalah 0.514, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel kelangnggan usaha terhadap keunggulan sebesar 51%. Nilai koefisien korelasi variabel kompetensi kewirausahaan dan kelangnggan usaha terhadap keunggulan bersaing adalah 0.535, hal ini memiliki arti bahwa derajat pengaruh variabel kompetensi kewirausahaan dan kelangnggan usaha terhadap keunggulan sebesar 53%.

## Pembahasan

Dari hasil perhitungan statistik menunjukan bahwa kompetensi Kewirausahaan dan kelangnggan usaha

memberikan pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing sejalan dengan penelitian (Sheng, Chang, Teo, & Lin, 2013). Pelaku usaha kecil dapat memanfaatkan kompetensi dan pengalaman usaha mereka untuk dapat mendapatkan keunggulan bersaingnya. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Sya'roni dkk (2012) bahwa kompetensi Kewirausahaan dapat membantu keberlangsungan usaha kecil.

Pelaku usaha kecil bidang kuliner dapat mengembangkan usaha mereka dengan memanfaatkan kompetensi menangkap peluang dan kemampuan dalam menjaga komitmen sehingga dapat memperoleh kepercayaan dari mitra. Sehingga kelangnggan usaha dapat diperoleh yang pada akhirnya mampu memperoleh keunggulan bersaing dari keunggulan yang dimiliki pelaku usaha kecil tersebut.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan pembahasan diketahui variabel kompetensi pelaku usaha kecil bidang kuliner di Kota Cimahi secara keseluruhan memiliki kategori baik. Dari keenam indikator yang digunakan, tiga indikator terkategori cukup baik dan harus ditingkatkan oleh pelaku usaha bidang kuliner di Kota Cimahi yaitu *organizing competencies*, *strategy competencies* serta *conceptual competencies*

Kelangnggan usaha pelaku usaha kecil bidang kuliner di Kota Cimahi termasuk pada kategori baik. Ketiga indikator yang digunakan yaitu *survival*, *going concern* dan fakta empiris semuanya terkategori baik. Variabel kelangnggan usaha perlu ditingkatkan untuk mencapai kategori sangat baik dengan terus lebih memahami ketiga indikator tersebut

Keunggulan bersaing pelaku usaha kecil bidang kuliner di Kota Cimahi masih harus di tingkatkan karena masih terkategori cukup. Temuan ini membuktikan bahwa pihak pelaku usaha kecil bidang kuliner di Kota Cimahi harus memperhatikan keunggulan bersaing termasuk bagaimana

caranya membangun keunggulan bersaing dalam jangka panjang.

Terdapat pengaruh kompetensi dan kelanggengan usaha secara bersama sama terhadap keunggulan bersaing pelaku usaha kecil di Kota Cimahi.

### Saran

Hasil penelitian menunjukkan masih terdapat dimensi yang rendah dari kompetensi pelaku usaha kecil dan kelanggengan usaha serta keunggulan bersaing. Sehingga konseptual skill dari pelaku usaha kecil harus mampu dibangun dengan optimal sehingga meningkatkan kompetensi pelaku usaha kecil yang ada. Selain itu bagi peneliti dapat dibuat model kompetensi yang lebih mudah diaplikasikan dalam mendukung pengembangan pelaku usaha kecil.

### Daftar Pustaka

- Agha and Alrubaiee. (2012). Effect of Core Competence on Competitive Advantage and Organization Performance. *International Journal of Business Management*, 7 No. 1.
- Al-Rfou and Trawneh. (2010). To What Extent Can a Company Achieve a Competitive Advantage Through Job Development? *Kamla-Raj 2010 J Soc Sci*, 23 No. 3, 189–196.
- Banbury, C.M., Mitchell, W. (1995). The Effect of Introducing Important Incremental Innovations on Market Share and Business Survival. *Strategic Management Journal* 16 (Special Issue: *Tecnological Transformation and the Competitive Landscape*), 161–182.
- Best, R. J. (2000). *Market Base Management: Strategic for Growing Customer Value and Profit*. New Jersey: Prentice Hall.
- bps.go.id. (n.d.).
- Diab. (2013). Using the Competitive Dimensions to Achieve Competitive Advantage (A Study on Jordania Private Hospitals. *International Journal of Academia Research in Business and Social Science.*, 3 No. 7(ISSN: 2222-699).
- Dimitriades, Zoe S. (2007). The Influence of Service Climate and Job Involvement on Customer Oriented Organization Citizenship Behavior In Greek Service Organizations: a Survey. *Employee Relation. Emerald Group Publishing Limited 01425455*, 29 No. 5, 469–491. <https://doi.org/10.1108/0142545710776290>
- Drucker, P. F. (1954). *The Practice Management*. New York: Harper and Row Published, Inc.
- Geroski, P. A. (1995). What Do We Know About Entry? *International Journal of Industrial Organization*, 13, 421–440.
- Harun, R. Al. (1994). *Statistika Sosial*. Bandung: Program Pascasarjana UNPAD.
- Horngren, Charles T, G. F. S. M. D. (n.d.). *Cost Accounting: A Managerial Emphasis*.
- Kaur, H., & Bains, A. (2013). Understanding The Concept Of Entrepreneur Competency. *Journal of Business Management & Social Sciences Research (JBM&SSR)*, 2(11), 31–33. <https://doi.org/10.1108/13552551011026995>
- Kemenperin.go.id. (n.d.).
- Kessler, R. (2008). *Competency-Based Performance Reviews: How to Perform Employee Evaluations The Fortune 500 Way*. Franklin Lakes, NJ.
- Kieso, D.E., Weygandt, J.J., Warfield, T. D. (2010). *Intermediate Accounting* (13th ed.). New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Kurniawan Asep, Irawan Andri, Y. (2016). *Model Kompetensi Pelaku Usaha Kecil Bidang Kuliner di Kota Cimahi dan Kota Bandung. Laporan Penelitian Kompetitif UNJANI*.
- Li, Suhong. Nathan, Bhanu Ragu. Nathan, T.S. Ragu. Rao, S. S. (2006). The impact of supplychain management practices on competitive advantage and organizational performance. *Omega: The International Journal of Management Science*, 34, 107–124.
- Mahmood Hosseini, S., Azizi, S., & Sheikhi,

- N. (2012). An Investigation on the Effect of Supply Chain Integration on Competitive Capability: An Empirical Analysis of Iranian Food Industry. *International Journal of Business and Management*, 7(5), 73–90. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n5p73>
- Manopo, C. (2011). *Competency Based Talent and Performance Management System*. Jakarta: Salemba Empat.
- organisasi.cimahi. (n.d.).
- Peter. (2010). *The CEO, Strategy, and Shareholder Value: Making The Choices That Maximize Company Performance*. Jhon Wiley and Son.
- Saba Khalid; Khalid Bhatti. (2015). Entrepreneurial competence in managing partnerships and partnership knowledge exchange: Impact on performance differences in export expansion stages. *Journal of World Business*. *Journal of World Business*.
- Sheng, Margaret L. Chang, S. Y. (2013). Knowledge barriers, knowledge transfer, and innovation competitive advantage in healthcare settings. *Management Decision*, 51 No.3(Emerald), 461–47.
- Sheng, M. L., Chang, S., Teo, T., & Lin, Y. (2013). Knowledge barriers, knowledge transfer, and innovation competitive advantage in healthcare settings. *Management Decision*, 51(3), 461–478. <https://doi.org/10.1108/00251741311309607>
- Spencer, Lyle M. JR ; Spencer, S. M. (1993). *Competence at Work, Models for Superior Performance*. John Willey & Sons Inc.
- Sya'roni, D. A. W., & Sudirham, J. J. (2012). Kreativitas dan inovasi Penentu Kompetensi Pelaku Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 11(1), 42–59.
- Taipale-Eräväla, K., Lampela, H., & Heilmann, P. (2015). Survival Skills in SMEs—Continuous Competence Renewing and Opportunity Scanning. *Journal of East-West Business*, 21(1), 1–21. <https://doi.org/10.1080/10669868.2014.959232>
- Tjiptono, F. (2013). Kelangggangan Bisnis Sebagai Kriteria Kinerja Kewirausahaan. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis III Peluang dan Tantangan UKM Indonesia Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015*. ukmdpok.co.id. (n.d.).
- Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariat Terapan dengan program SPSS, AMOS, SMARTPLS* (edisi 2). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Zimmerer, Thomas W; Scarborough, N. M. (2005). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (fourth Edi). Pearson Prentice Hall.