

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 KAJIAN PUSTAKA

2.1.1 Kompetensi Kewirausahaan

2.1.1.1 Pengertian Kompetensi Kewirausahaan

Menurut **Wayan Gede Supartha (2009 :79)** dalam **Raeny Dwi Santy (2018:3)**, Kompetensi kewirausahaan adalah suatu hal yang berada pada seorang wirausahawan sebagai karakteristik mendasar dan digunakan menjadi keahlian dalam mengelola bisnis yang baik.

Ada beberapa pendapat lain yang menjelaskan Kompetensi Kewirausahaan menurut **Menurut Spencer & Spencer (1999: 67)** oleh **Ivan dan Dinah (2014: 52)** “Kompetensi individu digambarkan sebagai karakteristik dasar individu yang menggunakan kepribadiannya yang paling dalam dan dapat mempengaruhi perilakunya ketika menghadapi pekerjaan yang pada akhirnya berpengaruh terhadap kemampuan untuk menghasilkan prestasi kerja”

Menurut **Man et al. (2002)** dalam **Elia dan Olivia (2016:12)** “Kompetensi kewirausahaan didefinisikan sebagai kemampuan total pengusaha untuk melakukan peran pekerjaan berhasil. Ada konsensus umum bahwa kompetensi kewirausahaan dilakukan oleh individu, yang memulai dan mengubah bisnis mereka”.

Sementara menurut **Sulistiyarningsih (2012:8)** dalam **Rizky, et al (2018:72)**, “Kompetensi adalah knowledge, skill dan kualitas individu untuk mencapai kesuksesan pekerjaannya”. **Yuyun Wirasamita, dalam Ishak Hasan (2011:42)** mengemukakan juga bahwa kompetensi kewirausahaan adalah kemampuan

seorang dalam mengetahui, mengimplementasikan dan mengkomunikasikan pengetahuan kewirausahaannya dengan baik.

Berdasarkan teori yang telah dikemukakan sebelumnya, bahwa kompetensi usaha merupakan kemampuan yang terdapat dalam karakteristik dasar yang dimiliki para kewirausahaan untuk memulai atau mengubah bisnis mereka. Adapun hal yang mendukung dalam kompetensi usaha ini dalam mencapai usaha yang diinginkan, yaitu : knowledge, skill, dan kualitas individu.

Sehingga disini dapat disimpulkan bahwa kompetensi usaha adalah tentang kemampuan kewirausahaan, pengalaman, pengetahuan, dan keterampilan pimpinan dan manajemen bisnis dalam mengelola usahanya

2.1.1.2 Jenis-jenis Kompetensi Kewirausahaan

Jenis-jenis Kompetensi kewirausahaan terbagi menjadi 5 menurut **Prima Fitri dan Amanda Febra Sari (2012:280)** diantaranya :

1. Kemampuan menganalisis secara sistematis
2. Kemampuan untuk mengambil peluang dan mengelola sumber yang ada
3. Kemampuan untuk menemukan kebutuhan internal dan eksternal dari konsumen
4. Kemampuan untuk belajar dan meningkatkan kompetensi yang dimiliki
5. Kemampuan berkomunikasi

2.1.1.3 Faktor-Faktor Kewirausahaan

Didalam diri seorang entrepreneur terdapat faktor-faktor Kewirausahaan, menurut **Eddy Soeryanto Soegoto (2014 : 12 -3)** faktor-faktor kewirausahaan adalah :

1. The Creativity

Kreatif menghasilkan sesuatu yang baru dengan menambahkan nilainya. Pertambahan nilai ini tidak hanya diakui oleh wirausahawan semata, namun juga oleh audiens yang akan menggunakan hasil kreasi tersebut

2. The Commitment

Memiliki komitmen yang tinggi terhadap apa yang ingin dicapai dan dihasilkan dari waktu dan usaha yang ada.

3. The Risk

Siap menghadapi risiko yang mungkin timbul, baik risiko keuangan, fisik, dan risiko sosial.

4. The Reward

Penghargaan yang utama adalah independensi atau kebebasan yang diikuti dengan kepuasan pribadi. Sedangkan reward berupa uang biasanya dianggap sebagai suatu bentuk derajat kesuksesan usahanya

2.1.1.4 Indikator Kompetensi Kewirausahaan

Menurut Yuyun Wirasamita, dalam Ishak Hasan (2011:42) berpendapat bahwa, indikator Kompetensi kewirausahaan meliputi:

1. *Self knowledge* (memiliki pengetahuan), yaitu memiliki kemampuan tentang usaha yang akan dilakukannya atau ditekuninya
2. *Practical Knowledge* (pengetahuan praktik), yaitu memiliki pengetahuan praktis misalnya pengetahuan teknis, desain, pemrosesan pembukuan, administrasi, dan pemasaran
3. *Communication Skill*, (keahlian berkomunikasi), yaitu kemampuan untuk

berkomunikasi, bergaul, dan berhubungan dengan orang lain.

2.1.2 Keberlangsungan Usaha

2.1.2.1 Pengertian Keberlangsungan Usaha

Menurut Tapias dan Moya (2012:52), kelanggengan atau Keberlangsungan usaha suatu bisnis dipengaruhi oleh nilai-nilai yang ada didalamnya. Nilai-nilai yang sangat dibutuhkan dalam bisnis biasanya terkandung dalam satu visi. Di dalam visilah terkandung nilai-nilai, keyakinan, prinsip, dan janji yang mengikat, yang sangat mewarnai kehidupan suatu bisnis. Keberlangsungan usaha menyangkut kecocokan dan ketahanan bisnis ke masa depan dilihat dari dimensi waktu, untuk mencapai kelanggengan, penerus bisnis harus berpikiran terbuka dan obyektif **(Heryjanto, 2016:32)**. **(Kieso, D.E., Weygandt, J.J., Warfield, 2010:54)** Pada hakikatnya keberlangsungan usaha diperhatikan juga oleh personalia diluar lingkungan perusahaan, contohnya investor, konsumen dan competitor.

Kelanggengan usaha atau Keberlangsungan Usaha merupakan isu stratejik bagi setiap organisasi bisnis. Keberlangsungan Usaha maknanya terletak pada keberlanjutan eksistensi sebuah organisasi di pasar relevan yang dilayaninya **(Banbury, C.M., Mitchell, 1995)**.

Menurut Kieso, D.E, dkk. Dalam Soegihartono (2020) Ada tiga alasan mengapa kelanggengan bisnis dijadikan kriteria kinerja dalam berwirausaha. Pertama, survival merupakan ukuran minimum kesuksesan perusahaan atau bisnis dan prasyaratn bagi indikator kinerja bisnis lainnya seperti pertumbuhan,

profitabilitas, pangsa pasar dan lain – lain. Kedua, prinsip “going concern” dalam bisnis terutama akuntansi menyatakan sebuah organisasi bisnis didirikan dengan maksud untuk hidup selamanya

Dari uraian Keberlangsungan Usaha diatas maka dapat disimpulkan bahwa untuk melanggengkan suatu usaha harus memiliki fikiran yang terbuka dan objektif agar tercapainya suatu kelanggengan usaha tersebut. Bila tidak mampu menyelaraskan diri dengan dinamika bisnis maka suatu usaha akan mengalami kemunduran yang berujung pada kebangkrutan.

2.1.2.2 Faktor-Faktor Keberlangsungan Usaha

Menurut Andreas Heryjanto (2015:46), Mengemukakan Faktor-Faktor Kelanggan Usaha meliputi :

1. **Kemampuan unik** yang dimiliki oleh suatu bisnis memudahkan pelanggan untuk membedakannya dari pesaing. Ada ciri khas yang dimiliki bisnis tersebut yang tidak dimiliki oleh pesaingnya.
2. **Kemampuan dinamis** mengandung suatu keyakinan, nilai-nilai, prinsip, dan janji yang mengikat, yang apabila diyakini dengan sempurna, akan menciptakan factor
3. **Kepercayaan dan komitmen.** Kedua faktor ini menjadi ciri khas suatu bisnis yang berhasil.
4. **Janji nilai bersaing** terwujud apabila barang/jasa serta layanan yang ditawarkan mampu memberikan solusi yang lebih baik daripada pesaing.

2.1.2.3 Indikator Keberlangsungan Usaha

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka dalam penelitian ini penulis

membutuhkan indikator dari penelitian yang digunakan oleh Tjiptono (2013:68)

dengan indikator :

1. (Start-Up) yakni saat didirikan atau dimulainya usaha, ketergantungan dan keterikatan usaha dengan lingkungan pemasok dan pelanggan.
2. (Struggle) yang merupakan fase kritis karena umumnya usaha baru masih berusaha mencari bentuk yang tepat dan meraih konsumen
3. (Survival) yakni apabila usaha sudah dilewati dengan baik
4. (Supremacy) tahap terakhir dari indikator Keberlangsungan usaha saat usaha ditingkatkan dengan baik melalui perkembangan dimana tercapainya tujuan perusahaan dan terciptanya tahap ideal.

2.1.3 Keunggulan Bersaing

2.1.3.1 Pengertian Keunggulan Bersaing

Muhammad Iffan mengungkapkan, (2019: 85) Keunggulan bersaing adalah hasil dari penerapan strategi yang memanfaatkan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Jika nilai ekonomi yang diciptakan lebih besar dari nilai pesaingnya, perusahaan memiliki keunggulan kompetitif; jika nilai ekonomisnya sama dengan pesaing, maka perusahaan memiliki keseimbangan kompetitif; jika nilai ekonomi lebih rendah dari perusahaan pesaing, perusahaan memiliki kelemahan bersaing . Keunggulan bersaing merupakan atribut penting yang dapat meningkatkan hasil dan menjadi aspek pembeda antara perusahaan dengan perusahaan lain. Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing, penelitian ini membahas tentang bagaimana kemampuan perusahaan dalam bersaing dengan menggunakan faktor bauran pemasaran.

Sementara Ali Hasan (2008:108), dalam Raeny Dwi Santy (2018:3-4) mengungkapkan bahwa :” Dari setiap keunggulan bersaing terlihat bahwa kinerja perusahaan dipengaruhi oleh nilai dan biaya yang dipersepsikan (relatif lebih rendah), pengaruh keterampilan dan sumber daya terhadap kinerja dapat dideteksi dari persepsi nilai dan biaya (nilai dan biaya yang unggul), berorientasi pasar telah memberikan kontribusi untuk menciptakan nilai dan biaya yang unggul, kompetensi dan orientasi pasar sama pentingnya dalam menciptakan keunggulan kompetitif guna mendapatkan kinerja bisnis yang lebih baik.”

Keunggulan bersaing jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi keuntungan dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya. Strategi ini harus didesain untuk mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus sehingga perusahaan dapat mendominasi baik di pasar lama maupun pasar baru. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai-nilai atau manfaat yang diciptakan oleh perusahaan bagi para pembelinya. Pelanggan umumnya lebih memilih membeli produk yang memiliki nilai lebih dari yang diinginkan atau diharapkannya (Agus Maulana, 2014:113). Dan menurut (Agha and Alrubaiee, 2012:83) keunggulan bersaing diperoleh ketika mengimplementasikan strategi dalam penciptaan nilai yang tidak dilakukan secara simultan oleh pemain lain ataupun pemain potensial.

Darmanto & Wardaya, (2016:112) menerangkan bahwa keunggulan kompetitif adalah keunggulan yang dimiliki oleh suatu organisasi atau perusahaan dan keunggulannya digunakan untuk bersaing dengan organisasi atau perusahaan

lain guna memperoleh keuntungan.

Jadi dapat disimpulkan keunggulan bersaing merupakan suatu hal yang penting untuk menghadapi persaingan. Karena keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi keuntungan dari suatu perusahaan yang melakukan kerjasama untuk mencapai tujuan perusahaan.

2.1.3.2 Strategi dalam Keunggulan Bersaing

Menurut Reniati (2013:49) untuk mencapai keunggulan bersaing sebuah perusahaan dapat melakukan strategi sebagai berikut :

1. Strategi biaya rendah menyeluruh, yaitu menarik konsumen dalam spektrum yang lebih luas dengan biaya keseluruhan lebih rendah atas produk dan layanannya.
2. Strategi diferensiasi produk yang luas, yaitu mencari diferensiasi dari produk/layanan yang ditawarkan perusahaan dibandingkan pesaingnya sehingga hal tersebut dapat memperluas daya tarik pembeli.
3. Strategi penetapan biaya yang terbaik, yaitu memberi konsumen lebih banyak nilai/value dibandingkan uang yang telah mereka bayarkan sekaligus membuat mereka menerima atribut-atribut produk yang terbaik dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan pesaing, targetnya adalah memiliki biaya terendah (terbaik) dan harga bisa dibandingkan dengan atribut-atribut produk yang ditawarkan oleh pesaing
4. Strategi fokus berdasarkan biaya yang lebih rendah, yaitu fokus dengan strategi dasar biaya lebih rendah, berkonsentrasi kepada segmen pembeli yang sempit dan berkompetisi melawan pesaing dengan melayani ceruk

pasar dengan biaya di bawah pesaing.

5. Strategi fokus berdasarkan diferensiasi, yaitu fokus dengan strategi diferensiasi, berkonsentrasi kepada segmen pembeli yang sempit dan berkompetisi melawan pesaing dengan melayani ceruk pasar sesuai kemampuan mempertemukan selera dan keinginan mereka dengan lebih baik dibandingkan produk pesaing.

2.1.3.3 Pencapaian Keunggulan Bersaing

Eddy Suprayitno (2011:35) mengungkapkan untuk mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan, diperlukan hal-hal sebagai berikut :

1. Tingkat keterlibatan yang tinggi oleh para anggota organisasi dalam kontak personal dengan pelanggan.
2. Wawancara dan survey reguler dengan pekerja untuk mengukur iklim dan budaya pelayanan internal dalam kaitannya dengan peningkatan kualitas dan mengidentifikasi tindakan-tindakan yang akan dilakukan yang didasarkan pada hasil survey pelanggan.
3. Pengukuran kinerja distribusi tiap fungsi terhadap pencapaian tujuan.
4. Pelayanan jasa individual dalam tim swakelola dan didanai oleh badan peningkatan kualitas yang beroperasi diberbagai level organisasi secara.
5. Komunikasi ditargetkan dan disesuaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada kelompok dan menentukan apa yang diharapkan dari mereka dengan menentukan apa yang diharapkan dari mereka dengan menentukan perilaku tertentu yang diharapkan.
6. Imbalan untuk semua orang didasarkan pada tercapainya tujuan kualitas

pelayanan internal.

7. Diakuinya model peran kualitas pelayanan yang baik melalui saluransaluran komunikasi internal dan media eksternal seperti iklan.

8. Karyawan didorong untuk berkomunikasi melalui dialog dengan pelanggan dalam keadaan terbebas dari tugas-tugas rutinnnya.

9. Pengembangan dan training pribadi dipusatkan pada kompetensi kualitas pelayanan dan dengan menggunakan data kinerja yang dikumpulkan yang bertujuan untuk meninjau ulang asumsi-asumsi peran dan tuntutan pelanggan.

10. Fokus pada pembinaan hubungan kerja yang saling mendukung yang melewati batas-batas departemen yang didasarkan pada kepercayaan (komunikasi yang baik dan janji yang realistis) dan bukan hanya pada pelanggan eksternal.

11. Kerangka konsep dan ketrampilan harus dibuat dan digunakan untuk meningkatkan proses organisasi yang berdampak pada output pelayanan sehingga juga mempengaruhi persepsi pelanggan tentang kualitas.

2.1.3.4 Indikator Keunggulan Bersaing

Indikator Keunggulan Bersaing Indikator dari keunggulan bersaing menurut **Darmanto & Wardaya, (2016:115)** terdiri dari:

1) Keunggulan

Kualitas Produk yang Dihasilkan Keunggulan kualitas produk yang dihasilkan meliputi kegunaan produk, kemudahan dalam mengoperasikan produk, biaya perawatan, dan biaya lain yang harus dikeluarkan selama pemakaian produk tersebut.

2) Harga Jual

Harga jual produk meliputi harga faktor, biaya pengemasan, biaya pengiriman, biaya penempatan dan biaya lain yang harus dikeluarkan sampai produk tersebut siap ke tangan konsumen.

3) Biaya Produksi

Biaya produksi meliputi biaya yang dikeluarkan untuk mengolah produk, memperoleh bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya lain yang harus dikeluarkan sampai produk tersebut siap dipasarkan.

4) Kemampuan Aset

Aset tersebut berupa kekayaan yang dimiliki perusahaan yang digunakan untuk mendukung keunggulan bersaing.

5) Kemampuan Skill

Kapasitas Skill berupa keahlian yang harus dimiliki oleh pengelola dan karyawan perusahaan. Sedangkan kapasitas berupa ukuran usaha yang dilihat berdasarkan kemampuan perusahaan dalam produksi.

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Pada sub bab ini peneliti telah mengkaji penelitian terdahulu yang sudah peneliti ringkas dalam suatu tabel. Berikut adalah rangkuman penelitian terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Asep Kurniawan (2018) ISSN:2579-9312	Pengaruh kompetensi kewirausahaan dan kelanggengan usaha terhadap keunggulan bersaing	Hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa berpengaruh pada kompetensi kewirausahaan kelanggengan	Terdapat persamaan variabel Kompetensi Kewirausahaan	Tempat penelitian berbeda

			usaha terhadap keunggulan bersaing.	(X1), Kelangkaan Usaha (X2) berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing (Y)	
2	Omar, M. K., Yusoff, Y. M., & Zaman, M. D. K. (2019) ISSN :2222-6990	The Effect of Organizational Learning Capability as a Mediating Variable in the Relationship between Green Intellectual Capital and Business Sustainability: Evidence from the Manufacturing Sector	<i>This finding will guide them to maximizing valuable resources in organization through strong OLC. It will in return enhance competitiveness among others and be sustainable in the future.</i>	Penggunaan variabel Keberlangsungan Usaha	Terdapat perbedaan yaitu variabel Kemampuan belajar organisasi
3	Isfenti Sadalia (2019) ISSN-2394-5125	<i>Entrepreneurial orientation and innovation to competitive advantage of smes in north sumatera mediated with business financing</i>	Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa orientasi dan inovasi kewirausahaan berpengaruh secara simultan terhadap keunggulan bersaing	PPenggunaan variabel keunggulan bersaing variabel independen (Y)	Variabel dependennya yaitu orientasi dan inovasi kewirausahaan
4	Hana Urbancova March (2013) ISSN 1804-171	Advantage Achievemeent Through Inovation and Knowledge	Innovatuon adalah sumber utama keunggulan bersaing yang menentukan keberhasilan ekonomi setiap organisasi	Sama-sama Menggunakan Keunggulan bersaing sebagai variabel	Peneliti terdahulu tidak menggunakan variabel kompetensi kewirausahaan dan kelanggenga

					n usaha
5	Soegihartono (2020) P-ISSN : 1412-5331 E-ISSN : 2716-2532	PENELITIAN KEBERLANGSUNGAN USAHA ARDANI INDONESIA SEBAGAI UMKM BERBASIS INDUSTRI KREATIF	Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kelanggengan usaha memiliki faktor pendukung, faktor penghambat, cara mempertahankan	Terdapat kesamaan variabel X2 yaitu Keberlan gsungan Usaha	Terdapat perbedaan yaitu variabel X1 yaitu Kompetensi Kewirausah aa dan Y yaitu Keunggulan bersaing dan juga tempat penelitian
6	Eka Ludiya (2020) ISSN 2503-3522	Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada UMKM Bidang Fashion di Kota Cimahi	penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh kompetensi kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap Kinerja Usaha	Terdapat kesamaan variabel X1 yaitu Kompetensi Kewirausahaan	Terdapat perbedaan variabel dari penelitian sebelumnya yaitu variabel X2 yaitu orientasi kewirausahaan dan X2 yaitu Kinerja Usaha
7	Aulia (2021) e-ISSN : 2623-0089	The Effect of Entrepreneurial Characteristics on Entrepreneurial Competence and Entrepreneurial Competence on Business Performance of Micro and Small-Scale Coffee Shops in Bogor	penelitian ini membuktikan bahwa pengaruh kompetensi kewirausahaan dan Karakteritik Kewirausahaan berpengaruh secara simultan terhadap Kinerja Usaha	Terdapat kesamaan variabel independen Yaitu Kompetensi Kewirausahaan	Terdapat perbedaan variabel dari penelitian sebelumnya yaitu Karakteristik Kewirausahaan dan Kinerja Usaha
8	Sultan Jemal (2020) E-ISSN:2664-3596	EFFECT OF ENTREPRENEURIAL MINDSET AND ENTREPRENEURIAL COMPETENCE ON PERFORMANCE OF SMALL AND MEDIUM	model teoritis tentang pengaruh kompetensi kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan terhadap kinerja usaha .	Kompetensi kewirausahaan dijadikan variabel independen	Variabel dependen nya yaitu kinerja usaha, dan independen Orientasi Kewirausahaan

		ENTERPRISE, EVIDENCE FROM LITRATURE REVIEW			
9	Muchtar, M. K., Miyasto, M., & Rahardja, E. (2019). ISSN : 1410-1246	PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, KNOWLEDGE MANAGEMENT, DAN STRATEGI KEMITRAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING SERTA IMPLIKASINYA PADA KINERJA PERUSAHAAN (Studi Pada UMKM Kerajinan Logam Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali)	Dari penelitian sebelumnya ditemukan bahwa Orientasi Kewirausahaan, Knowledge Management dan Strategi Kemitraan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing	Penggunaan variabel keunggulan bersaing variabel independen (Y)	Variabel dependennya yaitu Orientaaso kewiarausahan, Knowledge Managemen t dan strategi kemintraan
10	Chintia Vanessa Djodjobo, Hendra N. Tawas, September (2013).ISSN : 2303-1174	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado.	Orientasi kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada usaha nasi kuning di kota Manado	Keunggulan bersaing (Y) dijadikan variabel independen	Variabel dependennya yaitu Orientasi kewirausahaan dan inovasi produk

2.2 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kajian pustaka diatas dan penelitian terdahulu, penulis menyusun kerangka pemikiran untuk mengetahui pengaruh Kompetensi Bisnis dan Keberlangsungan Usaha terhadap Keunggulan Bersaing. Maka penulis menyusun kerangka pemikiran sebagai berikut

Dengan perkembangan industri di Indonesia semakin ketat, Kompetensi kewirausahaan sangat penting untuk dimiliki oleh seorang pemilik usaha, karena

kompetensi kewirausahaan diartikan sebagai pengetahuan, keterampilan, pengalaman dan kemampuan individu untuk menjalankan suatu usaha, Adapun aspek-aspek di dalam kompetensi kewirausahaan seperti proaktif, keinovatifan dan kemampuan menjalankan bisnis. Dengan adanya kompetensi kewirausahaan yang baik maka akan terciptanya suatu keunggulan bersaing, yang dimaksud dengan keunggulan bersaing disini apabila individu atau pemilik usaha mampu bersaing dengan kemampuan yang dimilikinya untuk mencapai suatu tujuan perusahaan.

Selain kompetensi kewirausahaan terdapat factor lainya yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha pakaian jadi di jalan gudang selatan bandung yaitu Keberlangsungan usaha, Keberlangsungan usaha ini mmemilik factor berupa kemampuan unik, kemampuan dinamis kepercayaan dan komitmen. Dengan adanya kemampuan unik pada pemilik usaha makan akan menciptakan suatu keunggulan bersaing yang dimana kemampuan unik akan membedakan perusahaan yang dimilikinya dengan perusahaan orang lain.

2.2.1 Keterkaitan Kompetensi Kewirausahaan (X1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fikri Rahman Fauzi ” Pengaruh Orientasi kewirausahaan Dan Kompetensi Kewirausahaan terhadap keunggulan Bersaing Pada Sentra Sepatu Cibaduyut 2018” Hasil penelitian menunjukan bahwa Kompetensi kewirausahaan berpengaruh secara parsial terhadap Keberhasilan Usaha. Seseorang yang menciptakan suatu bisnis harus mempertimbangkan resiko dan ketidakpastian untuk mencapai laba. Kompetensi yang dibangun pemanfaatan asset internal melalui pembelajaran organisasi yang berkelanjutan akan

menghasilkan kemampuan dan keunggulan yang berkelanjutan .

Sementara menurut Zaugg & Thom dalam Ismael Byaruhanga (2015:22) Pendekatan kompetensi telah menjadi populer pada studi karakteristik kewirausahaan. Usaha kecil dan menengah memerlukan individu yang memiliki kompetensi kewirausahaan yang efisien untuk meningkatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif organisasi . dalam penjelasan penelitian diatas maka Kompetensi Kewirausahaan merupakan factor dalam keunggulan bersaing dimana keunggulan bersaing diperlukan sikap atau kemampuan pengusaha yang berkompeten untuk mencapai tujuan usaha yakni keunggulan bersaing.

2.2.2 Keterkaitan Keberlangsungan Usaha (X2) Keunggulan Bersaing (Y)

Menurut Tapias dan Moya (2012:52), kelanggengana atau keberlangsungan suatu bisnis dipengaruhi oleh nilai-nilai yang ada didalamnya. Nilai-nilai yang sangat dibutuhkan dalam bisnis biasanya terkandung dalam satu visi. Di dalam visilah terkandung nilai-nilai, keyakinan, prinsip, dan janji yang mengikat, yang sangat mewarnai kehidupan suatu bisnis. Keberlangsungan Usaha menyangkut kecocokan 15 dan ketahanan bisnis ke masa depan dilihat dari dimensi waktu, untuk mencapai kelanggengan, penerus bisnis harus berpikiran terbuka dan obyektif (Heryjanto, 2016:32) (Kieso, D.E., Weygandt, J.J., Warfield, 2010:54).

Implikasinya Keberlangsungan Usaha merupakan hal esensial bagi investor, kreditor, pemilik, manajer, karyawan, pelanggan, pemerintah dan stakeholder lainnya. Dan pada kasat mata, suatu keberlangsungan usaha menjadikan usaha tersebut selalu bersaing dengan competitor.

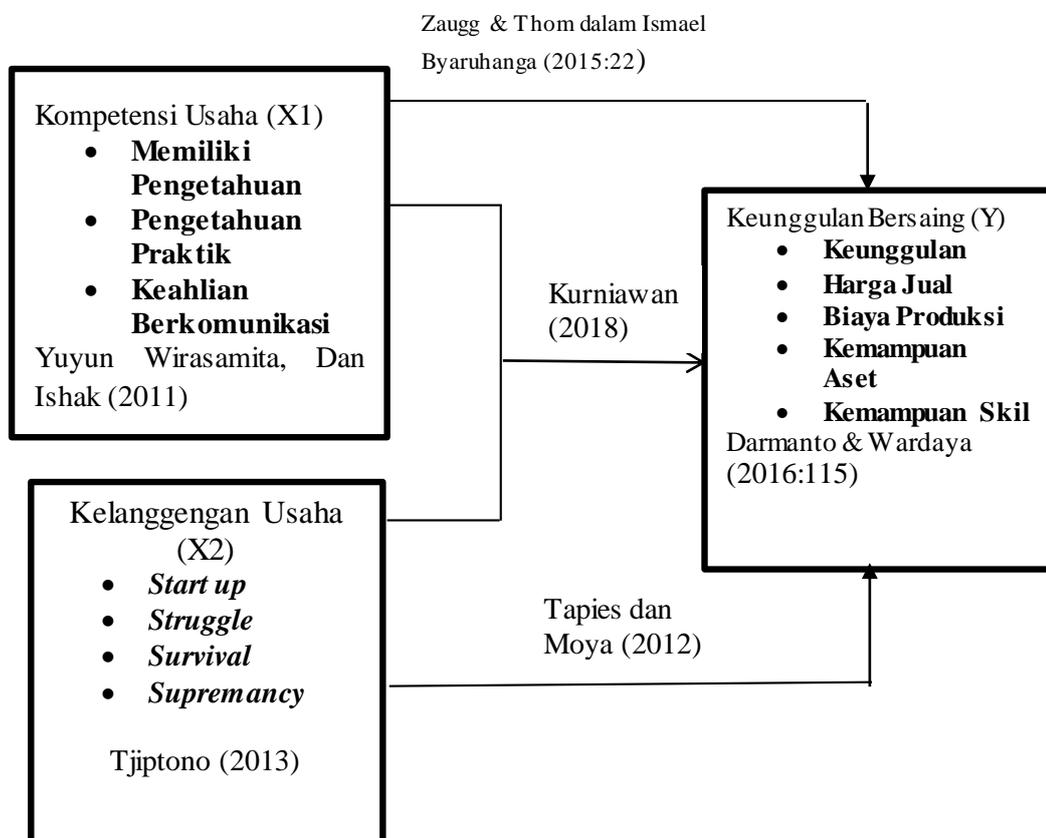
2.2.3 Keterkaitan Kompetensi Kewirausahaan (X1) dan Keberlangsungan Usaha (X2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y)

Sebagaimana pernyataan yang disampaikan Kewirausahaan adalah usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerja dan hasilnya berguna bagi orang lain. (Eddy S. Soegoto, 2014:26). Keunggulan bersaing merupakan strategi keuntungan dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam pasar. penelitian Kurniwan (2018) juga membuktikan bahwa berpengaruh pada kompetensi kewirausaha kelanggengan usaha terhadap keunggulan bersaing. kelanggengan 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 diatas maka dirumuskan paradigma Pengaruh Kompetensi kewirausahaan (X1) Dan Keberlangsungan Usaha (X2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y). Berikut adalah paradigma penelitian yang penulis kaji dan tuangkan pada gambar 2.1.



Gambar 2 1 Paradigma Kompetensi Kewirausaha dan Keberlangsungan Usaha terhadap Keunggulan bersaing

2.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan atau jawaban sementara tentang hubungan antar variabel dalam penelitian, dan merupakan pernyataan paling spesifik. Berdasarkan perumusan masalah dan kerangka konseptual maka peneliti menetapkan hipotesis di dalam penelitian ini yaitu:

Sub Hipotesis :

- Diduga terdapat pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing usaha pada UMKM Fashion di Gudang Selatan Bandung
- Diduga terdapat pengaruh Kelanggenga Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Fashion di Gudang Selatan Bandung

Hipotesis Utama

- Diduga terdapat pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Keberlangsungan Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Fashion di Gudang Selatan Bandung

