

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Kompetensi Kewirausahaan

2.1.1.1 Definisi Kompetensi Kewirausahaan

Kompetensi kewirausahaan merupakan pengetahuan, sikap dan keterampilan yang terhubung satu dengan lainnya yang diperlukan pengusaha untuk dilatih dan dikembangkan agar mampu menghasilkan kinerja terbaik dalam mengelola usahanya agar sesuai dengan target pasar (Charir dalam (Murtadlo and Hanan 2018))

Menurut Reniati dalam Muhammad Iffan (2022:59) bahwa Kemampuan bisnis adalah solidaritas (informasi), kemampuan, dan kapasitas (capacity) yang dinamis yang ditunjukkan oleh pelaku bisnis/asosiasi sehingga berasaldari caranya berperilaku untuk membuat kemajuan dalam bisnisnya secara konsisten.

Kompetensi menunjukkan keterampilan atau pengetahuan yang dicirikan oleh profesionalisme dalam suatu bidang tertentu sebagai sesuatu yang terpenting, sebagai unggulan bidang tersebut (Wibowo dalam (Murtadlo and Hanan 2018).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengertian kompetensi wirausaha adalah seseorang yang berjiwa kreatif dan inovatif yang memiliki kemampuan,

keterampilan, ilmu pengetahuan, dan kualitas individu yang meliputi sikap, motivasi, nilai serta tingkah laku yang diperlukan agar usahanya dapat berhasildapat bersaing dan menciptakan keunggulan dalam bisnis. Kompetensi wirausaha juga dapat berarti sebagai suatu kemampuan dalam menentukan atau memutuskan suatu permasalahan yang ada dalam suatu lingkup perusahaan atau bisnis sehingga perkembangan usaha yang dikelola oleh dapat berkembang dan diterima oleh masyarakat.

2.1.1.2 Ruang Lingkup Kompetensi Kewirausahaan

Menurut (Soegoto 2013) bahwa seorang wirausaha adalah seorang yang memiliki jiwa dan kemampuan tertentu dalam berkreasi dan berinovasi. Ia adalah seseorang yang memiliki kemampuan (ability) yang bersifat kreatif dan inovatif, mampu menciptakan sesuatu yang berbeda (ability to create the new and different), mampu memulai usaha (start up), mampu membuat sesuatu yang baru (creative), mampu mencari peluang (opportunity), berani menanggung risiko (risk bearing), dan mampu mengembangkan ide dan meramu sumber daya.

Karena wirausaha identik dengan pengusaha dan berperan sebagai pemilik dan manajer, maka wirausahalah yang memodali, mengatur, mengawasi, menikmati, dan menanggung risiko. Seperti telah disinggung diatas bahwa untuk menjadi seorang wirausaha pertama-tama yang harus dimiliki modal dasar berupa ide atau misi dan visi yang jelas, kemauan yang kuat, cukup modal baik uang maupun waktu, cukup tenaga dan pikiran. Modal-modal tersebut sebenarnya tidak cukup apabila tidak dilengkapi dengan beberapa kemampuan (ability) atau kompetensi (competency).

Menurut (Soegoto 2013) seorang wirausaha harus memiliki kemampuan sebagai berikut:

1. Self Knowledge Yaitu memiliki pengetahuan tentang usaha yang akan ditekuni.
2. Imagination Yaitu memiliki imajinasi, ide, dan perspektif serta tidak mengandalkan sukses masa lalu.
3. Practical Knowledge Memiliki pengetahuan praktis misalnya pengetahuan teknik, desain, processing, pembukuan, administrasi dan pemasaran.
4. Search skill Yaitu kemampuan untuk kemampuan dan bereaksi.
5. Foresight Yaitu berpandangan jauh kedepan.
6. Computation Skill Yaitu kemampuan berhitung dan kemampuan memprediksi keadaan masa yang akan datang.
7. Communication Skill Yaitu kemampuan untuk berkomunikasi, bergaul, dan berhubungan dengan orang lain.

Berdasarkan pengertian - pengertian di atas, maka pengertian ruang lingkup kompetensi wirausaha dapat didefinisikan sebagai kunci keberhasilan perusahaan itu sendiri.

2.1.1.3 Indikator Kompetensi Kewirausahaan

Selanjutnya dalam bukunya Triton PB yang dikutip dari A. Kuriloff, John M, Jr dan Douglas Cloud Ada 4 kompetensi utama yang harus dimiliki seorang wirausaha :

NO	DEFINISI	INDIKATOR
1.	memiliki kompetensi dalam bidang rancang bangun (know-how) sesuai bentuk usaha yang dipilih. Misalnya kemampuan dalam bidang teknik produksi dan desain produksi.	Technical Competence
2.	memiliki kompetensi dalam bidang pemasaran, menemukan peluang pasar yang cocok, mengidentifikasi pelanggan dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan.	Marketing Competence
3.	memiliki kompetensi dalam bidang keuangan, seperti mengatur pembelian dan penjualan perusahaan, pembukuan, dan perhitungan laba rugi perusahaan.	Financial Competence
4.	kompetensi dalam mengembangkan hubungan personal, seperti kemampuan berelasi dan menjalin kemitraan antar perusahaan.	Human Relation Competence

2.1.2 Sikap Kewirausahaan

2.1.2.1 Definisi Sikap Kewirausahaan

Sikap kewirausahaan menurut Suryana adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses (Suryana dalam Rosyanafi, 2012)

Menurut Eddy Soeryanto soegoto dalam Trustorini Handayani dan Yusuf Tanjung (2017:36) Wirausaha adalah orang yang berjiwa kreatif dan inovatif yang mampu mendirikan, membangun, mengembangkan, memajukan, dan menjadikan perusahaannya unggul. Seorang wirausahawan haruslah yang mampu melihat ke depan. Melihat kedepan bukan melamun kosong, tetapi melihat, berfikir dengan perhitungan, mencari pilihan dari berbagai alternative masalah dan pemecahanya

(Melyana dalam Gemina & Pitaloka, 2020) sikap kewirausahaan adalah apa yang dibentuk melalui perilaku yang dapat tumbuh dan berkembang pada diri

seseorang yang disertai dengan kemauan untuk bertindak dan bereaksi terhadap stimulus kewirausahaan. (Ramadhanti dalam Wirawati 2019) menambahkan sikap kewirausahaan adalah gambaran tentang kecenderungan bertindak, perasaan atau emosi, dan pola pikir seseorang terhadap objek tertentu yang berkaitan dengan kewirausahaan.

(Hendro dalam Islami 2017) sikap kewirausahaan merupakan sikap yang selalu mempunyai pemikiran jauh kedepan, positif dalam menghadapi segala hal serta penuh semangat dan berjuang keras sehingga menimbulkan dampak yang baik bagi sekelilingnya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa sikap kewirausahaan adalah kemampuan yang ada dalam diri seseorang untuk wirausaha, yang mengacu pada respon individu terhadap risiko dalam berbisnis dan mampu menghadapi rintangan dalam dunia usaha. Sikap seorang wirausahawan ditunjukkan dari adanya percaya diri, berorientasi tugas dan hasil, berani mengambil resiko, kepemimpinan, keorsinilan, dan berorientasi ke masa depan.

2.1.2.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Kewirausahaan

Sikap wirausaha adalah kemampuan yang ada dalam diri seseorang untuk wirausaha, mengacu pada respon individu terhadap risiko dalam berbisnis dan mampu menghadapi rintangan dalam dunia usaha. Pada dasarnya seorang wirausaha harus mampu melihat dan memanfaatkan peluang untuk mencapai keuntungan dan manfaat bagi diri sendiri maupun orang disekitarnya. Menurut

(Suryana dalam Rosyanafi, 2012) terdapat tujuh alasan mengapa orang berhasrat untuk menjadi wirausahawan, yaitu sebagai berikut:

1. The desire for higher income, hasrat untuk memperoleh pendapatan yang tinggi.
2. The desire for a more satisfying career, hasrat untuk memperoleh kepuasan karir.
3. The desire to be self-directed, hasrat untuk mengontrol diri sendiri
4. The desire for the prestige that comes to being a business owner, hasrat untuk mendapatkan prestis dari keberadaan bisnisnya.
5. The desire to run with a new idea or concept, hasrat untuk segera mewujudkan ide dan konsep-konsep baru.
6. The desire to build long-term wealth, hasrat untuk mengembangkan kekayaan jangka panjang.
7. The desire to makea contribution to humanity or to a specific cause, hasrat untuk berkontribusi terhadap kemanusiaan atau hal-hal khusus

2.1.2.3 Indikator Sikap Kewirausahaan

Dalam penelitian ini sikap kewirausahaan diukur melalui indikator yang di kemukakan oleh (Meredith dalam Gemina & Pitaloka, 2020), meliputi:

NO	DEFINISI	INDIKATOR
1.	Suatu panduan sikap dan keyakinan seseorang menghadapi tugas atau pekerjaan. Dalam praktik, sikap dan kepercayaan ini merupakan sikap dan keyakinan untuk memulai, melakukan dan menyelesaikan tugas atau pekerjaan yang dihadapi. Orang yang memiliki keyakinan pada dirinya sendiri merasa dapat menjawab tantangan yang ada di	Percaya Diri

	depan mereka. Oleh sebab itu, indikator variabel percaya diri adalah keyakinan, optimisme, individualistis, dan ketidak tergantungan. “Seseorang yang memiliki kepercayaan diri cenderung memiliki keyakinan akan kemampuannya untuk mencapai keberhasilan”	
2.	Seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil adalah orang yang memiliki indikator sebagai berikut: Memiliki motif berprestasi, berorientasi pada laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, memiliki dorongan kuat, energik dan berinisiatif.	Berorientasi pada tugas dan hasil.
3.	orang yang lebih menyukai usaha-usaha yang lebih menantang untuk mencapai kesuksesan atau kegagalan daripada usaha yang kurang menantang. Oleh sebab itu wirausaha kurang menyukai risiko yang terlalu rendah atau terlalu tinggi. Jadi wirausaha menyukai risiko yang seimbang (moderat).	Keberanian mengambil risiko Wirausaha
4.	yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan, dan keteladanan. Ia selalu ingin tampil berbeda, menjadi yang pertama dan lebih menonjol. Indikator variabel kepemimpinan adalah memiliki jiwa memimpin, dapat bergaul dengan orang lain, menerima saran dan kritik.	Kepemimpinan Seorang wirausaha
5.	pada konteks disini ialah seseorang yang tidak mengekor pada orang lain, tetapi memiliki pendapat sendiri, ada ide yang orisinil, ada kemampuan untuk melakukan sesuatu. Orisinil tidak berarti baru sama sekali, tetapi produk tersebut mencerminkan hasil kombinasi baru atau reintegrasi dari komponen-komponen yang sudah ada, sehingga melahirkan sesuatu yang baru. Indikator variabel keorisinilan adalah inovatif, kreatif, dan fleksibel. Nilai inovatif, kreatif dan fleksibilitas merupakan unsur-unsur keorisinilan seseorang. Kreativitas adalah kemampuan menciptakan gagasan dan menemukan cara baru dalam melihat peluang. Sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk melakukan tindakan yang baru dan berbeda	Sifat keorisinilan
6.	orang yang memiliki perspektif dan pandangan ke masa depan. Seseorang yang memiliki pandangan jauh kemasa depan selalu berusaha untuk berkarsa dan berkarya. Indikator variabel berorientasi masa depan adalah memiliki visi dan perspektif terhadap masa depan.	Berorientasi ke masa depan

Sedangkan menurut (Suryana dalam Rosyanafi, 2012) menjelaskan beberapa ciri umum kewirausahaan yang bisa dijadikan sebagai indikator perilaku kewirausahaan, yaitu sebagai berikut:

1. Memiliki motif berprestasi tinggi
2. Memiliki perspektif ke depan
3. Memiliki kreativitas tinggi
4. Memiliki perilaku inovasi tinggi
5. Memiliki komitmen terhadap pekerjaan
6. Memiliki tanggung jawab
7. Memiliki kemandirian atau ketidaktergantungan terhadap orang lain
8. Memiliki keberanian mengambil resiko
9. Selalu mencari peluang
10. Memiliki jiwa kepemimpinan
11. Memiliki kemampuan manajerial
12. Memiliki kemampuan personal

2.1.3 Inovasi Produk

2.1.3.1 Definisi Inovasi Produk

Menurut (Ulina dalam Al rasyid & Tri Indah, 2015) menyatakan produk baru atau inovasi dalam konteks pemasaran adalah barang, jasa maupun ide yang dipersepsikan sebagai sesuatu yang baru dan berbeda dari barang, jasa maupun ide yang telah ada sebelumnya.

Menurut (Munifah dalam Syahputra, 2020) inovasi berarti membuat baru atau membuat suatu proses penciptaan yang baru. Inovasi adalah proses pengenalan produk-produk baru, metode dimana produk-produk baru diciptakan dan menciptakan sumber-sumber kepuasan pelanggan yang baru.

(Kotler dalam Nurdiyanto & Purnomo, 2021) menyatakan bahwa inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain. Inovasi bukanlah konsep dari suatu ide baru, penemuan baru atau juga bukan merupakan suatu perkembangan dari suatu pasar yang baru saja, tetapi inovasi merupakan gambaran dari semua proses-proses tersebut.

(Sukarmen dalam Oktavinus 2020) Inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaingnya. Bagi perusahaan kecil dan menengah inovasi produk merupakan hal yang penting bagi kelangsungan bisnis secara berkelanjutan dan upaya untuk melakukan inovasi produk merupakan fungsi penting dari pihak manajemen suatu perusahaan karena inovasi produk dapat menentukan suatu kinerja pemasaran yang berkualitas.

Menurut (Sukmadi dalam Suhaeni 2018), inovasi berarti suatu ide, produk, informasi teknologi, kelembagaan, perilaku, nilai-nilai, dan praktik-praktik baru yang belum banyak diketahui, diterima, dan digunakan atau diterapkan oleh sebagian besar warga masyarakat dalam

suatu lokalitas tertentu, yang dapat digunakan atau mendorong terjadinya perubahan-perubahan di segala aspek kehidupan masyarakat.

Hurley dan Hult dalam Curatman (2016) mengajukan dua konsep inovasi yaitu: keinovativan dan kapasitas untuk berinovasi. Keinovativan adalah pikiran tentang keterbukaan untuk gagasan baru sebagai sebuah aspek kultur perusahaan. Sedangkan kapasitas untuk berinovasi adalah kemampuan perusahaan untuk menggunakan atau menerapkan gagasan, proses, atau produk baru secara berhasil. Keinovativan dapat juga diterjemahkan sebagai kultur suatu perusahaan. Keinovativan ini dapat dilihat dari bagaimana sikap suatu perusahaan terhadap adanya suatu inovasi.

2.1.3.2 Indikator Inovasi Produk

Duncan dan Holbeck dalam Curatman (2016) mendefinisikan inovasi adalah sebagai praktek maupun materi yang dianggap baru oleh unit adopsi yang relevan. Apabila produk tersebut memiliki sesuatu kelebihan yang dipandang sebagai nilai tambah bagi konsumen. Pengembangan produk baru dan strateginya yang efektif seringkali menjadi penentu keberhasilan dan kelangsungan hidup suatu perusahaan, tetapi ini bukanlah pekerjaan yang mudah. Pengembangan produk baru memerlukan upaya, waktu, dan kemampuan termasuk besarnya resiko dan biaya kegagalan. Di sisi lain perubahan lingkungan yang cepat akan mempengaruhi proses pembelajaran, hal ini menentukan efisiensi dalam inovasi produk. Berdasarkan uraian beberapa teori di atas, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk adalah inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi

perusahaan dimana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi di segala proses fungsional/kegunaannya.

Menurut Lukas dan Farrel dalam Ardiansyah (2015) menyatakan bahwa inovasi terdiri atas tiga indikator, antara lain:

NO	DEFINISI	INDIKATOR
1.	Perluasan produk merupakan produk yang masih familiar bagi organisasi bisnis tetapi baru bagi pasar.	Perluasan produk
2.	Peniruan produk merupakan produk yang dianggap baru oleh bisnis tetapi familiar dengan pasar	Peniruan produk
3.	Produk baru merupakan produk yang dianggap baru baik oleh bisnis maupun oleh perusahaan.	Produk baru

2.1.4 Keunggulan Bersaing

2.1.4.1 Definisi Keunggulan Bersaing

Menurut (Porter dalam Claudya 2020) mengatakan :“Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan perusahaan bagi para pembelinya yang lebih dari biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk menciptakannya. Nilai atau manfaat inilah yang tersedia dibayar oleh pembeli, dan nilai yang unggul berasal dari penawaran harga yang lebih rendah ketimbang harga pesaing untuk manfaat setara atau penawaran manfaat unik yang melebihi harga yang ditawarkan. (prayudi, 2018).

Keunggulan bersaing diraih pada aktivitas dalam suatu industri atau pasar melalui penciptaan nilai ekonomi secara kompetitif (Barney dalam Alwi & Handayani, 2018). Keunggulan bersaing dianggap sebagai keuntungan

dibanding kompetitor yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih kepada konsumen dibanding penawaran kompetitor (Kotler dalam Nurdiyanto & Purnomo, 2021).

Keunggulan bersaing yang telah diraih perusahaan seharusnya dapat terus dipertahankan karena dengan adanya keunggulan makin banyak kompetitor yang memperhatikan titik lemah perusahaan, oleh karena itu perusahaan harus terus konsisten dalam menjaga keunggulannya (Russell & Millar dalam Bahren 2018).

Barney dalam Djodjobo dan Tawas (2014:2017) keunggulan bersaing adalah perusahaan mengalami keunggulan bersaing ketika tindakan-tindakan dalam suatu industri atau pasar menciptakan nilai ekonomi dan ketika beberapa perusahaan yang bersaing terlibat dalam tindakan serupa. Berdasarkan definisi diatas maka penulis menyatakan bahwa yang dimaksud dengan keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk mengoptimalkan semua sumber daya yang dimilikinya guna memproduksi produk yang lebih baik dari pesaing dalam segala hal sehingga konsumen merasa puas dan pangsa pasar perusahaan semakin luas.

Menurut Siti Hajar dan Putu Gede Sukaatmadja dalam Trustorini Handayani (2021:109) keunggulan bersaing adalah kumpulan factor - faktor yang membedakan suatu perusahaan sesuai dengan pesaingnya menaruh posisi yang unik pada pasar.

2.1.4.2 Faktor-Faktor Keunggulan Bersaing

Menurut Gilang Prasidyjati (2014:12) ada tiga faktor yang dibutuhkan untuk menciptakan suatu keunggulan bersaing yang dapat di pertahankan yaitu:

- Dasar Persaingan (Basic of competition) Strategi harus didasarkan pada seperangkat asset, skill, dan kemampuan. Ketiga hal tersebut akan mendukung strategi yang sedang dijalankan sehingga turut mempertahankan keunggulan.
- Di pasar mana perusahaan bersaing (where you compete) Penting bagi perusahaan untuk memilih pasar sasaran yang sesuai dengan strategi yang dijalankan, sehingga asset, skill dan kemampuan dapat mendukung strategi dalam memberikan sesuatu yang bernilai bagi pasar.
- Dengan siapa perusahaan bersaing (who you compete against) 19 Perusahaan juga harus mampu mengidentifikasi pesaingnya, apakah pesaing tersebut lemah, sedang atau kuat

2.1.4.3 Indikator Keunggulan Bersaing

Menurut Heri Setiawan (2012:14) Pembelian produk akan terjadi jika pelanggan menganggap harga produk sesuai dengan nilai yang ditawarkannya. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing adalah:

NO	DEFINISI	INDIKATOR
1.	Keunikan yang dimiliki oleh produk yang dihasilkan perusahaan sehingga membedakannya dari produk pesaing atau produk umum di pasaran. Sebagai sebuah terobosan yang dihasilkan perusahaan dalam menuangkan hasil ide-ide atau gagasan sehingga menciptakan sesuatu yang berbeda atau unik dari yang	Keunikan produk

	lain (pesaing) sehingga mampu memiliki daya tarik bagi pelanggan.	
2.	Kualitas dari suatu produk yang berhasil diciptakan oleh perusahaan. Pintar dalam memilih bahan baku yang bermutu tinggi, sehingga menghasilkan produk yang berkualitas atau lebih dibandingkan pesaing.	Kualitas Produk
3.	Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk dengan harga yang mampu bersaing di pasaran. Dengan terciptanya suatu produk yang unik dan berkualitas, perusahaan harus bisa menyelesaikan harga supaya harga tersebut sesuai dengan daya beli pelanggan (terjangkau) dalam kata lain tidak membebankan pelanggan.	Harga Bersaing

2.1.5 Hasil Penelitian Terdahulu

Peneliti melampirkan penelitian-penelitian terdahulu sebagai acuan referensi dalam penelitian ini. Selanjutnya untuk mendukung penelitian ini, dapat di sajikan daftar penelitian terdahulu.

Tabel 2.1

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1.	Holid Murtadlo Hanan (2018) P-ISSN: 2356-3672 E-ISSN: 2460-0989	pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Kompetensi Sumber Daya Manusia, Dan Supply Chain Management Terhadap Kinerja Ukm Dan Keunggulan Bersaing	Kompetensi kewirausahaan mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja UKM	Variable X1 yaitu Kompetensi Kewirausahaan dan Variable Y2 yaitu Keunggulan Bersaing	Variable X2 yaitu Komptensi Sumber Daya Manusia, Variable X3 yaitu Supply Chain Management dan Variable Y yaitu Kinerja UKM

2.	Kurniawan, Yun Yun (2018) e-ISSN:2579-9401, p-ISSN: 2579-9312	Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Kelanggengan Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing	Terdapat pengaruh kompetensi dan kelanggengan usaha secara bersama sama terhadap keunggulan bersaing pelaku usaha kecil di Kota Cimahi	Variable X1 yaitu Kompetensi Kewirausahaan dan Variable Y yaitu Keunggulan Bersaing	Variable X2 yaitu Kelanggengan Usaha
3.	Rizkiah Irapana (2018)	Pengaruh kompetensi,sikap kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing produk hijab di online shop cikarang	Terdapat pengaruh yang signifikan antara kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk terhdap keunggulan bersaing,	Variable X1 yaitu kompetensi kewirausahaan Variable X2 yaitu sikap kewirausahaan, Variable X3 yaitu inovasi produk dan Variable Y yaitu Keunggulan bersaing	Tempat Penelitian
4.	Heri Setiawan (2012) ISSN: 2085-1375	Pengaruh orientasi pasar, orientasi teknologi dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha songket skala kecil di kota Palembang	bahwa variabel faktor orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing usaha songket	Variable X3 yaitu Inovasi Produk dan Variale Y yaitu Keunggulan Bersaing	Variable X1 dan X2
5.	Yully Christiana , Ari Pradhanawati dan Wahyu Hidayat	Pengaruh kompetensi wirausaha, pembinaan usaha dan inovasi produk terhadap perkembangan usaha	Bahwa untuk meningkatkan perkembangan usaha perlu adanya kompetensi wirausaha berupa technical competence, marketing competence, finance competence dan human relation competence dalam mengelola usahanya.	Variable X1 yaitu Kompetensi Kewirausahaan dan Variable X3 Yaitu Inovasi Produk	Variable X2 yaitu pembinaan usaha dan Variable Y yaitu Perkembangan usaha

6.	<p>Vijaya, C., Das, M., & Das, M. M. (2015).</p> <p>ISSN 0976-6502</p> <p>ISSN 0976-6510</p>	<p>Entrepreneurship competencies and competitive advantage of small and medium enterprises of odisha-a statistical analysis</p>	<p>the correlation analysis found the significant internal correlations within the components of entrepreneurship competencies, as well as within competitive advantage dimensions.</p>	<p>Variable X1 yaitu Kewirausahaan</p>	<p>X2 X3 DAN Variable Y</p>
7.	<p>Devita Ekky Fauzi dan Ibnu Widiyanto (2015)</p> <p>ISSN : 2337-3792</p>	<p>Analisis Pengaruh Kapabilitas Penginderaan Pasar, Inovasi Produk, Dan Jejaring Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Kinerja Pemasaran Ekspor</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kapabilitas penginderaan pasar dan inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan</p>	<p>Variable Y Keunggulan Bersaing</p>	<p>Variable X1 yaitu kapasitas penginderaan pasar, Variable X2 yaitu Inovasi Produk dan Variable X3 Jejaring pemasaran</p>
8.	<p>Aruni Wickramaratne, Akira Kiminami & Hironori Yagi (2014)</p> <p>ISSN 1911-2017 E-ISSN 1911-2025</p>	<p>Entrepreneurial Competencies and Entrepreneurial Orientation of Tea Manufacturing Firms in Sri Lanka</p>	<p>Among background characteristics, training is positive and significantly affected on all competencies. Therefore, it is important to emphasis on training in order to enhance the entrepreneurial competencies.</p>	<p>Variable X1 yaitu Entrepreneurial Competencies</p>	<p>X2 yaitu Entrepreneurial Orientation, tidak memiliki X3 dan Variable Y</p>

9.	Meera Singh International Journal of Business and Management Invention ISSN (Online): 2319 – 8028, ISSN (Print): 2319	Product Quality for Competitive Advantage In Marketing	To be survive and thrive in today's competitive world,product quality is the most important strategy. product quality an organization can attain competitive advantage in marketing	Sama-sama menggunakan variabel inovasi produk dan varuiabel keunggulan bersaing	Peneliti terdahulu tidak menggunakan variabel kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk
10.	Cherroun Reguia European Scientific Journal June 2014 SPECIAL edition vol.1 ISSN: 1857 – 7881 (Print) e - ISSN 1857- 7431	Product innovation and the competitive advantage	Company's continuance is related to its capacity in developing competitive advantages in its products that allows it to obtain customers' fidelity and widing its market share through product innovatio	Sama-sama menggunakan variabel inovasi produk dan varuiabel keunggulan bersaing	Peneliti terdahulu tidak menggunakan variabel kompetensi kewirausahaan

2.2 Kerangka Pemikiran

Untuk mengatashi banyak persaingan dalam dunia usaha ini membuat setiap pelaku bisnis harus mampu memikirkan hal apa saja yang harus mereka lakukan agar usaha yang mereka jalankan mampu bersaing sehingga menghasilkan keunggulan bersaing yang cukup maksimal dalam usaha yang mereka jalankan

Di dalam suatu lingkup lingkungan usaha yang semakin berdaya saing tinggi maka sangat dibutuhkan pengetahuan tinggi, sikap kewirausahaan dan ahli dalam bidang perusahaan yang perlu dimiliki oleh seorang pelaku usaha. Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri bahwa salah satu factor suatu perusahaan memiliki strategi bersaing yang tinggi yaitu bergantung pada kompetensi pengusahanya.

Tak hanya itu inovasi produk dan sikap kewirausahaan merupakan faktor penentu berhasilnya keunggulan bersaing. Dimana inovasi bukan hanya sekedar ide yang baik melainkan suatu gagasan murni memegang peranan penting dalam suara usaha yang sedang dijalankan sedangkan sikap kewirausahaan disini adalah sikap percaya diri seseorang dan kreatif sangat penting dalam keberhasilan usahannya karena dengan begitu usaha yang dijalankan menjadi lebih unggul dari pesaing.

Oleh karena itu agar perusahaan memiliki keunggulan bersaing pengusaha harus memperhatikan factor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing bias tercapai secara maksimal yaitu kompetensi kewirausahaan, sikap kewirausahaan dan inovasi produk dan seorang pelaku usaha seperti keahlian, kreatif dan pengetahuan dalam melakukan suatu pekerjaan untuk memperoleh keunggulan bersaing yang baik.

2.2.1 Keterkaitan Kompetensi Kewirausahaan dengan Keunggulan Bersaing

Pendekatan kompetensi telah menjadi populer pada studi karakteristik kewirausahaan. Usaha kecil dan menengah memerlukan individu yang memiliki kompetensi wirausaha yang efisien untuk meningkatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif organisasi menurut Zaugg & Thom dalam Ismael Byaruhanga (2015:22)

Menurut Dwi Novitasari dan Lukia Zuraida (2015) Kompetensi yang dibangun dari pemanfaatan asset internal organisasi pembelajaran yang berkelanjutan akan menghasilkan kemampuan dan keunggulan bersaing yang berkelanjutan dan kinerja usaha yang unggul

Oleh karena itu untuk mencapai keunggulan bersaing seorang pelaku usaha harus memiliki jiwa kewirausahaan supaya pelaku usaha dapat unggul dan menghasilkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

2.2.2 Keterkaitan sikap kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing

Wijaya dalam Santoso dan Oetomo (2016: 5) menyatakan sikap berwirausaha terdiri dari dua aspek pokok, yaitu keyakinan individu bahwa menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu akan menghasilkan akibat-akibat atau hasil-hasil tertentu, dan aspek pengetahuan individu tentang obyek sikap dapat pula berupa opini individu hal yang belum tentu sesuai dengan kenyataan, semakin positif keyakinan individu akan akibat dari suatu obyek sikap, maka akan semakin positif pula sikap individu terhadap obyek sikap tersebut, demikian pula sebaliknya.

Best dalam Kurniawan (2018) 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.

Oleh karena itu untuk mencapai keunggulan bersaing seorang pelaku usaha harus memiliki sikap perencanaan, komitmen dan sikap setia supaya dapat mengatasahi keunggulan bersaing antar pelaku usaha dimana dengan perkembangan usaha yang pesaing semakin ketat.

2.2.3 Keterkaitan Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing

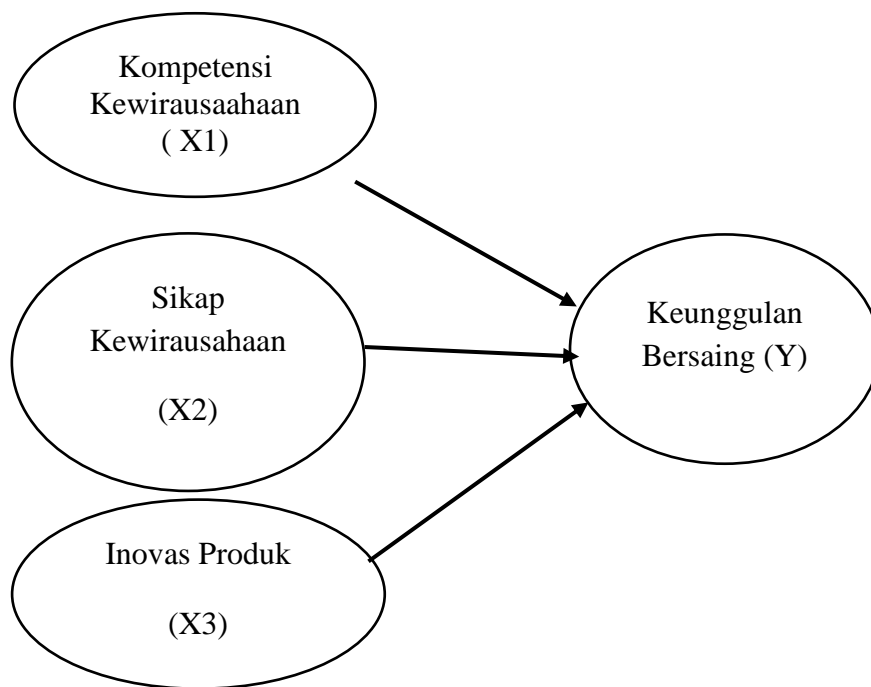
Tujuan utama dari inovasi produk adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan menurut Curatman, et.al. (2016:62)

2.2.4 Keterkaitan Kompetensi Kewirausahaan, Sikap Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Ada urgensi menekankan kewirausahaan dan inovasi pada UKM. Kewirausahaan tidak cukup tanpa inovasi (Fontana, 2009:201). Beberapa aspek penting yang perlu dipertimbangkan untuk merumuskan strategi inovasi yang dilakukan perusahaan, yaitu kompetensi manajer, komitmen pimpinan perusahaan dan partisipasi aktif karyawan, kompetensi SDM, fasilitas research and development, dan jaringan sistem informasi, serta timing inovasi (Lengnick-Hall, 1992).

Pendekatan ini berasumsi bahwa kepemilikan kompetensi saja tidaklah cukup membuat pengusaha kompeten. Lebih tepat apabila kompetensi kewirausahaan dilihat dari sikap perilaku, dari seseorang, yang cocok dengan karakteristik dinamis dari daya saing. Inovasi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan. Tanpa inovasi, perusahaan akan mati (Zangwill, 1993). Perusahaan yang melakukan inovasi secara terus menerus akan dapat mendominasi pasar, dengan kreasi, model dan penampilan produk yang baru. Pada akhirnya dengan strategi inovasi dan sikap kewirausahaan yang baik akan memunculkan keunikan produk yang sulit ditiru oleh pesaing dan tingkat keefesienan pelaku usaha. Oleh karena itu dengan adanya

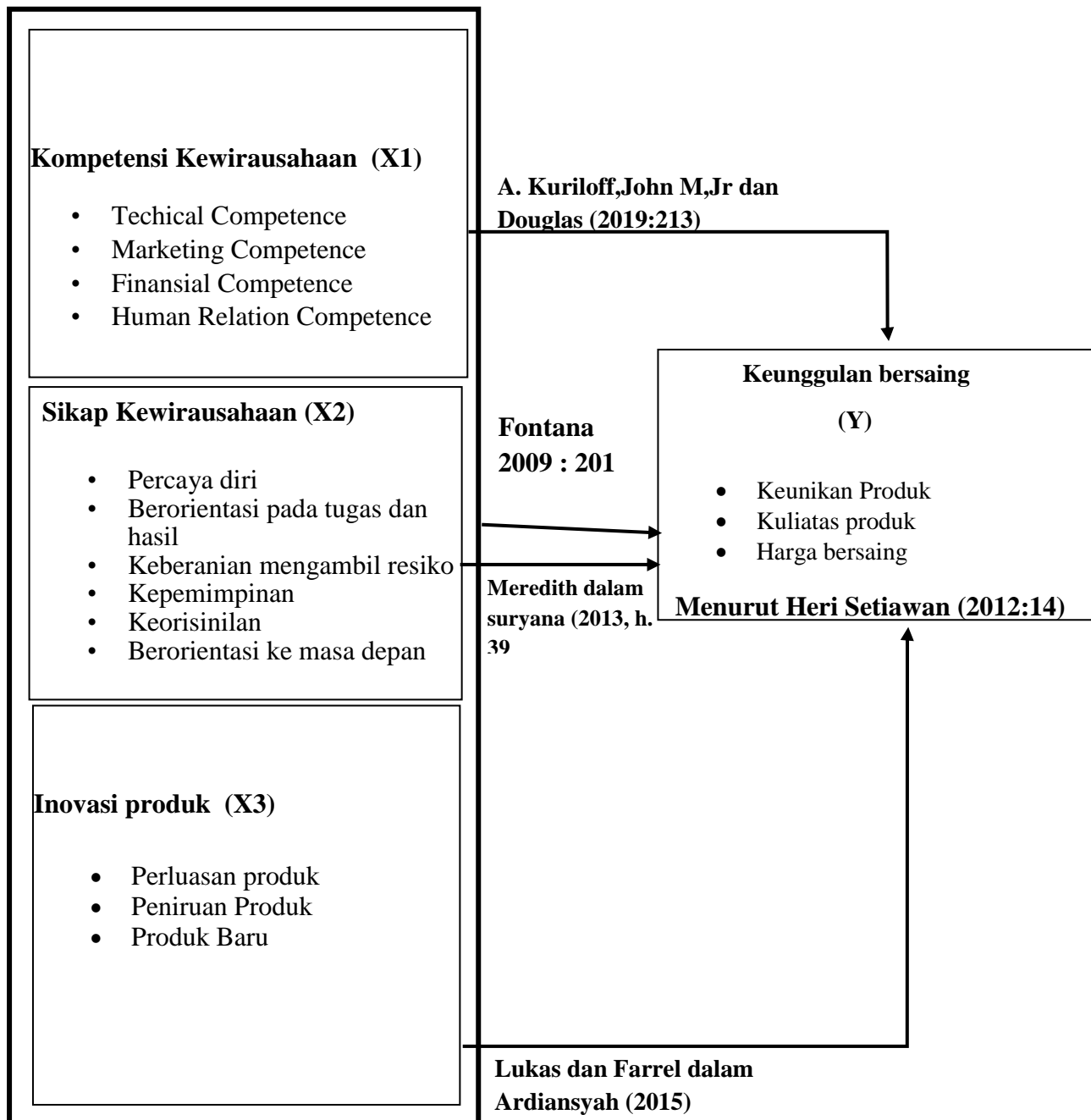
kompetensi kewirausahaan yang baik, sikap kewirausahaan yang baik dan inovasi produk yang lebih menarik dibandingkan pengusaha lain. Maka pengusaha akan mencapai keunggulan dalam menghadapi pesaing lain sehingga, strategi dalam pengembangan perusahaan harus dirancang sedemikian rupa. untuk mewujudkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan sehingga, perusahaan dapat menguasai pasar dan mencapai tujuan perusahaan.



Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran

2.3 Paradigma Penelitian

Dari uraian diatas didapat paradigma dibawah ini sebagai berikut :



Gambar 2.3
Pradigma

2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono dalam Dina Rahayu (2018:38) hipotesis penelitian merupakan dugaan sementara terhadap rumusan penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Dan berdasarkan kerangka pemikiran teoritis yang telah digambarkan diatas maka hipotesis akan diuji dalam penelitian ini.

H1 :Kompetensi Kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Roti Kopo.

H2 :Sikap Kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Roti Kopo.

H3 :Inovasi Produk memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Roti Kopo.

H4 :Kompetensi Kewirausahaan,Sikap Kewirausahaan dan Inovasi Produk memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Roti Kopo.