

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Kapabilitas Organisasi**

###### **2.1.1.1 Definisi Kapabilitas Organisasi**

Menurut Hasbi Mahyuddin (2012) Kapabilitas Organisasi adalah kemampuan yang dimiliki oleh organisasi untuk menjalankan tujuan dan fungsinya untuk mencapai tujuan spesifik yang telah ditetapkan sebelumnya.

Menurut Sampurno (2013:52) menjelaskan Kapabilitas organisasi merupakan kapasitas organisasi dalam memanfaatkan sumber daya untuk memenuhi keinginan dan hasil yang dikehendaki oleh organisasi. Kapabilitas organisasi memerlukan berbagai keahlian individu yang diintegrasikan dengan teknologi, peralatan dan berbagai sumber daya lainnya. Kapabilitas organisasi adalah salah satu sumber daya yang relatif sangat sulit dialihkan karena berbasis pada sumber daya yang bersifat team bukan individual.

Menurut Amit dan Schoemaker dalam Kusumasari (2014:45) definisi Kapabilitas Organisasi sebagai kapasitas organisasi untuk mengerahkan sumber daya, menggunakan proses organisasi untuk memengaruhi tujuan yang diinginkan.

Menurut Setiadi Djohar (2012) Kapabilitas organisasi (*organizational capability*) dinyatakan bukan hal yang spesifik tentang aset tangible dan

intangibile, tetapi lebih kepada kompetensi atau ketrampilan yang diolah perusahaan untuk melakukan transformasi input menjadi output.

Menurut Sáenz, J., Aramburu, N., & Blanco, J. (2020): "Kapabilitas Organisasi adalah kemampuan organisasi untuk memanfaatkan sumber daya, pengetahuan, dan keterampilan internalnya secara efektif untuk mencapai tujuan strategis dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan."

Berdasarkan berbagai sudut pandang yang dikemukakan oleh para ahli, dapat ditarik kesimpulan bahwa Kapabilitas Organisasi merupakan suatu kemampuan organisasi yang memiliki sumber daya dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan, baik sumber daya manusia, proses, keterampilan dalam mempengaruhi kinerja dan keberhasilannya.

#### **2.1.1.2 Dimensi Kapabilitas Organisasi**

Menurut Leonard Barton dalam Kusumasari (2014:46) Dimensi Kapabilitas Organisasi yaitu:

- 1) Berbasis Pengetahuan dan Keterampilan
- 2) *System* Teknis
- 3) *System* Manajerial
- 4) Nilai dan Norma

#### **2.1.1.3 Faktor Pendukung Kapabilitas Organisasi**

##### **a) Tangible (Sumber Daya Berwujud)**

Mencakup seperti properti, peralatan, Bangunan, fisik infrastruktur atau teknologi.

##### **b) Intangible (Sumber Daya Tak Berwujud)**

Mencakup seperti merk, reputasi, hubungan pelanggan.

**c) Manusia**

Mencakup keterampilan berupa *skills* yang dimiliki, dan juga Motivasi.

### 2.1.1.4 Indikator Kapabilitas Organisasi

Berdasarkan 3 sumber referensi penelitian terdahulu mengenai indikator yang digunakan pada variabel Kapabilitas Organisasi, penulis mengambil indikator dari **Thomson dan Stickland dalam Sampurno (2011)** hal ini karena indikator tersebut sesuai dengan unit penelitian yang diambil oleh penulis yaitu Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.

**Tabel 2. 1 - Indikator Kapabilitas Organisasi**

| No. | Referensi   | Indikator   |
|-----|---|---|
| 1.  | Metode Analisis Rbv ( <i>Resources Based View</i> ) Untuk Merumuskan Keunggulan Bersaing Pada Pt Ciesta Mandiri Sejahtera Cabang Jembe<br><br><b>Menurut Thomson dan Stickland dalam Sampurno (2011)</b>  | 1) Keterampilan atau Keahlian<br>2) Aset Fisik yang Bernilai<br>3) Aset Sumber Daya Manusia<br>4) Aset Organisasi yang Bernilai<br>5) Kapabilitas Bersaing<br>6) Aliansi dan Kerja Sama   |
| 2.  | Pemodelan Kapabilitas Organisasi terhadap Kinerja Ditinjau dari Faktor Kepemimpinan Budaya Organisasi-Perilaku Politik dalam Organisasi-Studi Kasus pada Kelompok Perkebunan Kelapa Sawit Negara dan Kelompok Perkebunan Kelapa Sawit Swasta<br><br><b>Menurut Yuni Ros Bangun (2010)</b> | 1. <i>Speed Innovation</i> (Kecepatan Inovasi)<br>2. <i>Customer Connectivity</i> (Keterhubungan dengan Pelanggan)<br>3. <i>Seeks Related</i> (Mencari Terkait)<br>4. <i>Change</i> (Perubahan)<br>5. <i>Strategic Responsiveness</i> (Responsif Strategis)<br>6. <i>International Tworing Environment</i> (Lingkungan Jaringan Internasional)<br>7. <i>Ready to Strategic Alliances</i> (Siap Untuk Aliansi Strategis) |
| 3.  | Mengembangkan Kapabilitas Organisasi Berbasis Pengetahuan<br><br><b>Menurut Leonard-Barton dalam Haedar Akib (2012)</b>   | 1. Pengetahuan dan Keahlian<br>2. Sistem Keteknikan Fisikal<br>3. Sistem Manajerial<br>4. Nilai dan Norma   |

Menurut **Thomson dan Strickland (2003) dalam Sampurno (2012)** menjelaskan, untuk menganalisis kekuatan dan kapabilitas sumber daya perusahaan, aspek-aspek yang perlu mendapat perhatian antara lain adalah:

### **1) Keterampilan atau Keahlian**

Mengukur kemampuan, pengetahuan dan keahlian yang dimiliki oleh individu atau tim dalam organisasi. Keterampilan dan keahlian ini perlu diproteksi oleh perusahaan sehingga tidak mudah ditiru oleh kompetitor.

### **2) Aset Fisik yang Bernilai**

Mencakup aset fisik yang dimiliki oleh organisasi antara lain seperti fasilitas produksi dengan peralatan yang baik, fasilitas distribusi yang luas, network dan system informasi nilai dan norma *system* manajerial, *system* teknis berbasis pengetahuan dan keterampilan.

### **3) Aset Sumber Daya Manusia**

Mencakup antara penggunaan sumber daya manusia yang berharga dalam organisasi, seperti lain pekerja yang berpengalaman dan capable, pekerja yang enerjik dan bermotivasi tinggi.

### **4) Aset Organisasi yang Bernilai**

*System* control yang berkualitas system teknologi yang mumpuni, aset organisasi ini sangat penting karena berkaitan dengan kecepatan perusahaan dalam menengarai permasalahan yang telah dan yang akan dihadapi untuk kemudian mengambil keputusan yang tepat dan cepat.

### **5) Kapabilitas Bersaing**

Mencakup pada kemampuan untuk bersaing, dan kemampuan perusahaan dalam waktu relative pendek meluncurkan produk baru, kemitraan yang kuat dengan pemasok kunci, dan yang terpenting ialah merespons perubahan yang terjadi pada kondisi pasar dan kemampuan yang terlatih baik dalam melayani pelanggan.

#### **6) Aliansi dan Kerjasama**

Mencakup kemampuan organisasi untuk membentuk aliansi strategis dan kerja sama dengan mitra eksternal untuk saling menguntungkan.

### **2.1.2 Orientasi Kewirausahaan**

#### **2.1.2.1 Definisi Orientasi Kewirausahaan**

Menurut Miller dalam Hendarwati (2021) Orientasi Kewirausahaan adalah keterlibatan perusahaan dalam pasar dengan inovasi produk dan mempunyai keberanian dalam mengambil keputusan yang berani dan perusahaan menjadi yang pertama dalam menghasilkan inovasi proaktif, serta kemampuan unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

Menurut Knight (2000:14) dalam Cynthia V. Djodjobo dan Hendra N. Tawas (2014:1214-1224) “Orientasi Kewirausahaan adalah memiliki keterkaitan dengan pencarian peluang, keberanian mengambil resiko serta keputusan bertindak para pemimpin organisasi”.

Menurut Widagdo (2019:228) Orientasi Kewirausahaan adalah hakikat yang merujuk pada sifat, watak, dan ciri-ciri yang melekat pada seseorang yang memiliki kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif dalam dunia usaha yang nyata serta dapat mengembangkannya.

Menurut Renita dalam Trustorini Handayani (2021) Definisi Orientasi Kewirausahaan adalah watak atau karakteristik terhadap seseorang yang memiliki usaha yang keras untuk mencapai suatu gagasan inovatif yang masuk kedalam global bisnis yang konkret dan bisa mengembangkannya dengan baik.

Menurut Yunia et al dalam Muhamad Iffan (2022) menerangkan Definisi Orientasi Kewirausahaan merupakan suatu karakteristik pada tingkatan level perusahaan karena mencerminkan perilaku sebuah perusahaan.

Berdasarkan berbagai sudut pandang yang dikemukakan oleh para ahli, dapat ditarik kesimpulan bahwa Orientasi Kewirausahaan merupakan suatu kemampuan atau perilaku yang harus dimiliki oleh pemilik atau pengelola perusahaan untuk dapat bersaing secara efektif dengan memiliki keinovatifan, proaktif dan berani mengambil resiko.

#### **2.1.2.2 Faktor-Faktor Kewirausahaan**

Menurut Eddy Soeryanto Seoegoto (2014:35) terdapat faktor-faktor yang harus ada dalam diri seorang entrepreneur, yaitu:

##### **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.

#### **2.1.2.3 Sikap Entrepreneur**

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2014:7-8) sikap yang harus dimiliki seorang entrepreneur dalam mengembangkan usaha adalah:

##### **1. Disiplin**

Disiplin atas ketepatan waktu, kualitas pekerjaan, sitem kerja, kesepakatan yang dibuat dan taat.

##### **2. Disiplin**

Disiplin atas ketepatan waktu, kualitas pekerjaan, sitem kerja, kesepakatan yang dibuat dan taat.

##### **3. Komitmen Tinggi**

Memiliki komitmen yang tinggi, jelas, terarah dan bersifat progressif (berorientasi pada kemajuan) atas kesepakatan yang telah dibuat dengan seseorang, baik terhadap dirinya sendiri maupun orang lain.

##### **4. Jujur**

Kejujuran sangat melekat pada konsep pemasaran yang berorientasi pada kepuasan konsumen.

## 5. Kreatif dan Inovatif

Untuk memenangkan persaingan, maka seorang wirausahawan harus memiliki daya kreatifitas yang tinggi.

## 6. Mandiri

Seorang entrepreneur harus memiliki sifat mandiri dalam mengelola usahanya, yakni tidak bergantung pada pihak lain dalam mengambil keputusan atau bertindak, termasuk mencakupi kebutuhan usahanya.

## 7. Realistis

Penetapan keputusan bisnis harus realistis, objektif dan rasionil dengan melihat fakta/realita di lapangan dan menyeleksi masukan dan saran dari luar.

### 2.1.2.3 Indikator Orientasi Kewirausahaan

Berdasarkan 3 sumber referensi penelitian terdahulu mengenai indikator yang digunakan pada variabel Orientasi Kewirausahaan, penulis mengambil indikator dari **Miller dalam Hindarwati (2021)** hal ini karena indikator tersebut sesuai dengan unit penelitian yang diambil oleh penulis yaitu Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.

**Tabel 2. 2 - Indikator Orientasi Kewirausahaan**

| No | Referensi   | Indikator   |
|----|---|---|
| 1. | Orientasi Kewirausahaan dalam Kinerja UMKM di Jember<br><br><b>Menurut Miller dalam Hindarwati (2021)</b> | 1. Keinovatifan<br>( <i>Innovativeness</i> )<br>2. Pengambilan Resiko<br>( <i>Risk Tasking</i> )<br>3. Proaktif<br>( <i>Proactiveness</i> ) |



|    |   |  |
|----|---|--|
| 2. | Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado<br><br><b>Menurut Menurut Lumpkin dan Dess (1996:140-149) dalam Cynchia V. Djodjobo (2014:1214-1224)</b>        | 1. Keinovatifan<br>2. Pengambilan Resiko<br>3. Keaktifan<br>4. Keagresifan<br>5. Otonomi |
| 3. | Analisis Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Usaha Kecil Menengah di Kawasan Usaha Barito Semarang)<br><br><b>Menurut Lee dan Tsang dalam Ariati Anomsari (2011)</b> | 1. Kebutuhan Berprestasi<br>2. Keyakinan Diri<br>3. Kepercayaan Diri<br>4. Keterbukaan   |

Menurut **Miller dalam Hendarwati (2021)** Orientasi Kewirausahaan

memiliki 3 indikator, diantaranya sebagai berikut:

### 1. Keinovatifan

Mengacu pada suatu sikap wirausahawan untuk terlibat secara kreatif dalam proses percobaan terhadap gagasan baru yang memungkinkan menghasilkan metode produksi baru sehingga menghasilkan produk atau jasa baru, baik untuk pasar sekarang maupun ke pasar baru.

### 2. Pengambilan Resiko

Merupakan sikap merupakan sikap wirausahawan yang melibatkan kesediaannya untuk mengikat sumber daya dan berani menghadapi tantangan dengan melakukan eksploitasi atau terlibat dalam strategi bisnis dimana kemungkinan hasilnya penuh ketidakpastian.

### 3. Proaktif

Merupakan tindakan pelaku usaha yang memiliki kesediaan dan kemauan dalam memanfaatkan sumber daya untuk menjalankan suatu pekerjaan tanpa adanya kepastian.

### **2.1.3 Daya Saing**

#### **2.1.3.1 Definisi Daya Saing**

Menurut Frinces (2012) Daya Saing merupakan hasil dari keunggulan yang dimiliki dan nilai lebih oleh sebuah perusahaan untuk menghasilkan sesuatu, baik berupa jasa atau barang. Keunggulan berasal dari proses kerja yang dilakukan dengan kualitas yang baik dan konsep manajemen profesional diiringi dengan kontribusi sumber daya terbaik seperti bahan baku, kepemimpinan, keuangan yang cukup, sumber daya manusia dan dukungan dari teknologi yang canggih.

Menurut European Commision dalam Merza (2015:2) “Daya Saing merupakan kemampuan menghasilkan produk barang dan jasa yang memenuhi pengujian internasional, dan dalam saat bersamaan juga dapat memelihara tingkat pendapatan yang tinggi dan berkelanjutan, atau kemampuan daerah menghasilkan tingkat pendapatan dan kesempatan kerja yang tinggi dengan tetap terbuka terhadap persaingan eksternal.”

Menurut Putri (2012:14) Daya Saing dapat didefinisikan sebagai kemampuan usaha suatu perusahaan dalam industri untuk menghadapi berbagai lingkungan yang dihadapi. Daya Saing ditentukan oleh keunggulan bersaing suatu perusahaan dan sangat bergantung pada tingkat sumber daya relatif yang dimilikinya atau biasa kita sebut keunggulan kompetitif.

Menurut Mediany Kriseka Putri (2017) Daya Saing merupakan kemampuan sebuah perusahaan untuk melakukan dengan baik yang diadaptasi dalam atau kemampuan dari sebuah perusahaan yang akan

bersaing satu sama lain, dapat mencapai posisi yang kompetitif menguntungkan yang memungkinkan bersaing pada kinerja perusahaan.

Menurut Kraja Osmani (2015) Daya Saing didasarkan pada peningkatan produktivitas perusahaan pada suatu negara. Untuk mencapai peningkatan terus menerus dalam nilai tambah harus mengubah cara bersaing.

Berdasarkan berbagai sudut pandang yang dikemukakan oleh para ahli, dapat ditarik kesimpulan bahwa Daya Saing merupakan kemampuan atau nilai yang diperoleh dalam bersaing dan mampu bertahan dengan segala persaingan yang ada melalui peningkatan dengan mengoptimalkan sumberdaya yang dimiliki suatu perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi atau yang lebih baik di bandingkan perusahaan lain pada industri atau pasar yang sama.

#### **2.1.3.2 Konsep Daya Saing**

Konsep Daya Saing menurut Delmayuni et. al (2017) juga menyatakan bahwa konsep daya saing dibagi menjadi dua yakni:

1. Keunggulan Kompetitif.
2. Keunggulan Komparatif.

Hanya saja konsep keunggulan kompetitif dan kemampuan untuk menurunkan harga bukanlah satu-satunya cara, melainkan harus diikuti dengan berbagai aspek strategi lain yang terkait, baik dari segi produksi, konsumsi, struktur pasar dan kondisi industri itu sendiri.

### 2.1.3.3 Dimensi Daya Saing

Dimensi dari Daya Saing suatu perusahaan sebagaimana dikemukakan oleh Muhardi (2007:40) yaitu:

1. Biaya (*Cost*)
2. Kualitas (*Quality*)
3. Waktu Penyampaian (*Delivery*)
4. Fleksibilitas (*Flexibility*)

### 2.1.3.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing

Menurut Harefa (2014) Daya Saing dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya sebagai berikut:

1. Lokasi

Lokasi merupakan hal penting untuk diperhatikan dalam suatu usaha. Hal ini dikarenakan oleh manfaat yang akan diberikan oleh konsumen dalam memperoleh barang dan jasa. Para konsumen akan merasa senang apabila lokasi yang dicari tidak jauh dari pusat kota dan pastinya dekat dengan keramaian.

2. Harga

Harga merupakan jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas dasar manfaat-manfaat yang dimiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga ini juga menentukan apakah suatu usaha mikro, kecil dan menengah banyak dikunjungi konsumen atau tidak. Tidak hanya itu, pembeli akan memutuskan membeli produk yang dijual dengan membandingkan harga dengan pesaing lainnya. Harga adalah nilai

suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang. Demi mendapatkan sebuah barang dan jasa yang diinginkannya, konsumen harus rela membayarkannya dengan sejumlah uang. Bagi pelanggan yang sensitif dengan harga murah, mereka akan tertarik karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi.

### 3. Pelayanan

Pelayanan merupakan hal yang akan mendukung daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah. Pelayanan bukan hanya terdapat pada produk yang kita jual tetapi juga tempat parkir yang luas, keramahan penjual dan adanya fasilitas pendukung yang dapat menarik konsumen yang mengunjungi usaha tersebut.

### 4. Mutu atau Kualitas

Kepercayaan agar dapat memenangkan persaingan dalam pasar maka sangat ditentukan dari kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Berkaitan dengan kualitas produk, Muhandi dalam bukunya “Strategi Operasi Untuk Keunggulan Bersaing” yang mengutip pendapat dari Adam dan Ebert yang mengatakan: “kualitas produk dapat ditunjukkan dari kesesuaian spesifikasi desain dengan fungsi maupun kegunaan dari produk itu sendiri, serta dari kesesuaian produk dengan spesifikasi desainnya. Maka dari itu suatu perusahaan dapat dikatakan memiliki daya saing apabila perusahaan tersebut dapat menghasilkan produk yang berkualitas yang dalam maknanya sesuai dengan kebutuhan dari pasarnya”.

### 5. Promosi

Semakin sering pelaku usaha melakukan promosi, semakin banyak pengunjung dalam memenuhi kebutuhannya. Promosi juga dapat dilakukan dari berbagai media, baik itu media elektronik maupun media cetak. Semakin berkembangnya teknologi, promosi dilakukan hanya dengan melakukannya melalui jaringan telekomunikasi sehingga menghemat waktu dan biaya.

### 2.1.3.5 Indikator Daya Saing

Berdasarkan 3 sumber referensi penelitian terdahulu mengenai indikator yang digunakan pada variabel Daya Saing, penulis mengambil indikator dari **Tri Yulianto (2013)** karena indikator tersebut sesuai dengan unit penelitian yang diambil oleh penulis yaitu Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.

**Tabel 2. 3 - Indikator Daya Saing**

| No. | Referensi  | Indikator  |
|-----|--|--|
| 1.  | Analisis Strategi SWOT terhadap Peningkatan Daya Saing pada Swalayan Bersama Medan<br><br><b>Menurut Helen P Harefa (2014)</b>                         | 1. Kemampuan Sumber Daya Manusia<br>2. Teknologi yang digunakan<br>3. Lingkungan Pesaing<br>4. Kepuasan Konsumen<br>5. Produktivitas<br>6. Potensi Wilayah |
| 2.  | Pengaruh Kualitas Produk Dan Keberlangsungan Pasokan Terhadap Daya Saing Produk Nanas “Si Madu”.<br><br><b>Menurut Tambunan dalam Donald (2016:79)</b> | 1. Keahlian Pekerja<br>2. Keahlian Pengusaha<br>3. Ketersediaan atau Akses Modal<br>4. Ketersediaan atau Penguasaan Teknologi                              |
| 3.  | Pengaruh Teknologi Informasi Dan Strategi Resource-Based Terhadap Daya Saing Perusahaan<br><br><b>Menurut Tri Yulianto (2013)</b>                      | 1. Harga Bersaing<br>2. Kualitas Produk<br>3. Keunggulan Produk  |

Menurut **Tri Yulianto (2013)** Indikator dari Daya Saing diantara lain adalah sebagai berikut:

### **1. Harga Bersaing**

Mencerminkan kemampuan suatu perusahaan untuk menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan pesaingnya. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, harga bersaing dapat menjadi faktor kunci dalam menarik pelanggan. Perusahaan perlu mempertimbangkan strategi harga yang tepat untuk menawarkan harga yang kompetitif. Menawarkan harga yang lebih baik dibandingkan pesaing dapat membantu memenangkan pesanan dan memperoleh pangsa pasar yang lebih besar.

### **2. Kualitas Produk**

Menggambarkan sejauh mana produk atau layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas produk mencakup aspek seperti keandalan, ketepatan, daya tahan, desain, dan kepuasan pelanggan. Perusahaan yang mampu memberikan produk dengan kualitas yang baik akan memperoleh kepercayaan pelanggan. Kualitas produk yang tinggi dapat membedakan perusahaan dari pesaingnya dan meningkatkan citra merek yang positif. Hal ini juga berdampak pada kepuasan pelanggan, ulasan positif, dan rekomendasi yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan.

### **3. Keunggulan Produk**

Kemampuan meliputi inovasi dalam desain cetakan, solusi finishing yang kreatif, atau pelayanan pelanggan yang unggul. Keunggulan produk dapat

membantu perusahaan untuk membedakan diri dari pesaing dan menarik minat pelanggan yang mencari nilai tambah. Dengan menawarkan keunggulan produk yang jelas, perusahaan dapat memperkuat daya saing mereka dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

#### 2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu

Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel tersebut:

**Tabel 2. 4 - Penelitian Terdahulu**

| No | Penulis   | Judul Penelitian  | Hasil Penelitian   | Persamaan  | Perbedaan   |
|----|---|---|--|--|---|
| 1. | Elia Rosa Tumangger<br><b>JURNAL ILMIAH: Focus Mahasiswa Upmi</b><br><br>Vol.1 No.3 Desember 2020<br><br><b>ISSN: 2722-1172</b> | PENGARUH KAPABILITAS ORGANISASI DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA WARUNG MAKAN DI KECAMATAN MEDAN, KOTA MEDAN | bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan pada kapabilitas organisasi, orientasi kewirausahaan terhadap daya saing pada warung makan di Kecamatan Medan Kota Medan. | Persamaan dengan penelitian ini terdapat pada variabel yang diteliti yaitu $X_1$ , sebagai Kapabilitas Organisasi, dan variabel $X_2$ sebagai Orientasi Kewirausahaan dan variabel Y sebagai Daya Saing. | Penelitian ini dilakukan pada Warung Makan di Kecamatan Medan, Kota Medan. Sedangkan penulis meneliti pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung. |
| 2. | Artsswinda Ayu Bungara, Edy Rahardja, dan Sugianto<br><br>2017<br><br><b>Jurnal Manajemen</b><br>Vol.11 No.3                    | PENGARUH KAPABILITAS ORGANISASI DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP DAYA SAING (DALAM HAL CITA RASA) SERTA IMPLIKASI PADA KINERJA BISNIS | Peningkatan kinerja bisnis warung makan skala kecil secara langsung dapat dicapai melalui pengelolaan kapabilitas organisasi yang baik dan secara tidak langsung         | Persamaan dengan penelitian ini terdapat pada variabel yang diteliti yaitu $X_1$ , sebagai Kapabilitas Organisasi, $X_2$ Orientasi Kewirausahaan, dan variabel Y   | Penelitian ini dilakukan pada Warung Makan di Kota Semarang, sedangkan penulis meneliti pada Sentra Industri  |



|    |  |  |  |  |   |
|----|--|--|--|--|---|
|    | 2013<br><br><b>ISSN:<br/>1693-5241</b>   | WARUNG<br>MAKAN DI KOTA<br>SEMARANG  | dapat dicapai<br>dengan focus<br>memaksimalk<br>an<br>sumberdaya<br>yang ada<br>akibat<br>keterbatasan<br>sumberdaya<br>yang dimiliki.   | sebagai Daya<br>Saing.   | Percetakan<br>Pagarsih<br>Bandung.  |
| 3. | Adnan<br>Hakim<br><br><b>JAM:<br/>Jurnal<br/>Aplikasi<br/>Manajeme<br/>n</b><br>Vol 8 No.1<br>2010 | KARAKTERISTIK<br>KEWIRUSAHAAN,<br>LINGKUNGAN<br>BISNIS, DAN<br>KAPABILITAS<br>ORGANISASI:<br>PENGARUHNYA<br>TERHADAP<br>STRATEGI BISNIS<br>DAN KINERJA<br>USAHA (KAJIAN<br>PADA KOPERASI<br>DI SULAWESI<br>TENGAH) | Kinerja bisnis<br>sangat<br>ditentukan<br>oleh<br>Kewirausahaan<br>Manajer,<br>Kapabilitas<br>Organisasi,<br>Strategi Bisnis<br>dan<br>Lingkungan<br>Bisnis<br>Eksternal<br>melalui<br>Kapabilitas<br>Organisasi dan<br>Strategi Bisnis  | Persamaan<br>dengan<br>penelitian ini<br>terdapat pada<br>variabel yang<br>diteliti<br>Kapabilitas<br>Organisasi   | Penelitian<br>ini<br>dilakukan<br>pada<br>Koperasi<br>Di<br>Sulawesi<br>Tengah,<br>sedangkan<br>penulis<br>meneliti<br>pada<br>Sentra<br>Industri<br>Percetakan<br>Pagarsih<br>Bandung. |
| 4. | Angga<br>Prasetyo,<br>Trias<br>Setyowati,<br>Wenny<br>Murtalining<br>Tyas<br>2017                  | PENGARUH<br>TANGIBLE<br>ASSET,<br>INTANGIBLE<br>ASSET, DAN<br>KAPABILITAS<br>ORGANISASI<br>TERHADAP<br>KEUNGGULAN<br>BERSAING DIRA<br>CAFE AND POOL  | bahwa<br><i>tangible Asset</i> ,<br><i>intangible<br/>Asset</i> dan<br>kapabilitas<br>organisasi<br>secara<br>bersamaan<br>berpengaruh<br>signifikan<br>terhadap<br>keunggulan<br>bersaing Dira<br>Cafe and Pool.<br>Hasil<br>penelitian<br>nantinya dapat<br>dijadikan<br>masukan serta<br>referensi bagi<br>objek<br>penelitian<br>untuk<br>meningkatkan<br>dan<br>mengembangk<br>an sumber<br>daya yang | Persamaan<br>dengan<br>penelitian ini<br>terdapat pada<br>variabel yang<br>diteliti<br>Kapabilitas<br>Organisasi<br>dan Variabel<br>Y yaitu<br>Keunggulan<br>Bersaing. | Penelitian<br>ini<br>dilakukan<br>pada Dira<br>Café and<br>Pool,<br>sedangkan<br>penulis<br>meneliti<br>pada<br>Sentra<br>Industri<br>Percetakan<br>Pagarsih<br>Bandung.                |

|    |  |  |  |  |   |
|----|--|--|--|--|---|
|    |  |  | dimiliki supaya mendapatkan keunggulan bersaing yang berkualitas.  |  |   |
| 5. | I Putu Pratama Adiputra, Kastawan Mandala<br><br><b>E-Jurnal Manajemen Unud</b><br>Vol 6. No 11 2017<br><b>ISSN: 2302-8912</b>                     | PENGARUH KOMPETENSI DAN KAPABILITAS TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF DAN KINERJA PERUSAHAAN                                    | Kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif, begitu pula dengan kapabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Sedangkan kompetensi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan. | Persamaan dengan penelitian ini terdapat pada variabel yang diteliti yaitu Kapabilitas Organisasi dan Variabel Keunggulan Kompetitif   | Penelitian ini dilakukan pada Industri Pariwisata Bali sedangkan penulis meneliti pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung. |
| 6. | Heng Liu, Jigang Hou, Pianpian Yang, Xiuhao Ding<br><br><b>African Journal of Business Management</b><br>Vol.5 (10) 2011<br><b>ISSN: 1993-8233</b> | ENTREPRENEURIAL ORIENTATION, ORGANIZATIONAL CAPABILITY, AND COMPETITIVE ADVANTAGE IN EMERGING ECONOMIES: EVIDENCE FROM CHINA | bahwa orientasi kewirausahaan memiliki efek positif pada keunggulan kompetitif perusahaan dalam pengaturan yang sedang berkembang.   | Persamaan dengan penelitian ini terdapat pada variabel yang diteliti yaitu <i>Organizational Capability</i> , dan <i>Entrepreneurial Orientation</i> , dan variabel Y sebagai <i>Competitive Advantage</i> | Meneliti tentang Negara Berkembang di China. sedangkan penulis meneliti pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.           |
| 7. | Tan Ah Lay, Ruzita Jusoh<br><b>JAKI: Jurnal Akuntansi dan</b>  | ORGANIZATIONAL CAPABILITIES, STRATEGIC MANAGEMENT ACCOUNTING AND FIRM PERFORMANCE  | perusahaan dapat mencapai kinerja di atas rata-rata jika memiliki dan menekankan empat   | Persamaan dengan penelitian ini terdapat pada variabel yang diteliti yaitu <i>Organization</i>   | Penelitian perusahaan publik di Malaysia, sedangkan penulis meneliti pada   |

|     |   |  |   |   |   |
|-----|---|--|---|---|---|
|     | <b>Keuangan Indonesia</b><br>Vol 14 No 2<br>2017  |  | kapabilitas organisasi secara kolektif dan keempat kapabilitas organisasi ini secara kolektif juga penting untuk mendukung penggunaan teknik SMA yang dapat memberikan informasi yang berguna untuk peningkatan kapabilitas internal serta alokasi dan pemanfaatan sumber daya. | <i>al Capabilities.</i>   | Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.  |
| 8.  | Sandro Montresor<br><br><b>Journal Of Economic Studies The Emerald</b><br>Vol. 31<br>2004<br><b>ISSN: 0144-3585</b> | RESOURCES, CAPABILITIES, COMPETENCES AND THE THEORY OF THE FIRM  | berguna dalam hasil membangun teori perusahaan berdasarkan sumber daya, kapabilitas, dan kompetensi.  | Persamaan dengan penelitian ini terdapat pada variabel yang diteliti dan variabel <i>Capabilities</i>   | Penulis meneliti pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.  |
| 9.  | Siti Ma'ani<br>Nina,<br>Sam'un Jaja<br>Raharja,<br>Rusdim<br>Tahir,<br>Margo<br>Purnomo                             | EFFECT OF KNOWLEDGE MANAGEMENT CAPABILITIES AND ENTREPRENEURIAL ORIENTATION TOWARDS COMPETITIVE ADVANTAGE: A STUDY ON SMALL BUSINESSES IN BANTEN PROVINCE, INDONESIA | Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif secara parsial tetapi tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing.  | Persamaan dengan penelitian ini terdapat pada variabel yang diteliti dan variabel $X_2$ sebagai Orientasi Kewirausahaan dan variabel Y sebagai Keunggulan Bersaing. | Penelitian ini dilakukan pada UKM di Provinsi Banten sedangkan penulis meneliti pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung. |
| 10. | Abongeh A. Tunyi,<br>Henry Agyei-   | INTERNAL CAPABILITIES, NATIONAL  | Kemampuan internal perusahaan (ditangkap  | Persamaan dengan penelitian ini terdapat pada   | Penelitian perusahaan publik di Africa,   |

|  |   |   |   |  |  |
|--|---|---|---|--|--|
|  | Boapeah, Geofry Areneke, Jacob Agymang<br><b>White Rose Research in Internasional Elsevier 2019</b> | GOVERNANCE AND PERFORMANCE IN AFRICAN FIRMS | oleh ketersediaan sumber daya keuangan dan prospek pertumbuhan) Adalah pendukung penting kinerja di lingkungan kelembagaan yang lemah dan kuat, (2) individu perusahaan berkinerja baik di lingkungan di mana rekan-rekan mereka berkinerja baik. | variabel yang diteliti dan variabel <i>Internal Capabilities</i> | sedangkan penulis meneliti pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung. |
|--|---|---|---|--|--|

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Bagi seorang pelaku bisnis, masing-masing memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dengan terus melakukan yang terbaik agar bisnis yang dijalankan dapat terus berkembang dengan berbagai cara sehingga hal tersebut dapat tercapai.

Usaha Kecil Menengah (UKM) akan bertahan dalam sebuah persaingan karena perubahan iklim bisnis, Kapabilitas Organisasi dengan asumsi mereka memiliki aset dan sebuah kemampuan yang dapat membuat sesuatu dan memiliki atribut yang luar biasa dibandingkan dengan para pesaing.

Keadaan persaingan yang ketat mengharuskan para pelaku bisnis untuk memikirkan prosedur atau strategi bisnis, misalnya meningkatkan pendekatan berbasis sumber daya dan meningkatkan orientasi kewirausahaannya, seperti lebih proaktif dalam membangun relasi bisnis, melakukan manajemen risiko.

Sehingga dengan adanya Kapabilitas Organisasi yang baik akan mampu meningkatkan daya saing yang baik juga terhadap suatu organisasi atau perusahaan lainnya. Selain itu, menggabungkan kapabilitas dengan pola pikir kewirausahaan dapat membantu bisnis memperoleh daya saing dengan dengan penekanan biaya pengeluaran, mengembangkan produk yang menonjol dari persaingan dan berkonsentrasi pada satu tujuan.

### **2.2.1 Keterkaitan antara Variabel Kapabilitas Organisasi terhadap Daya Saing**

Kapabilitas Organisasi (*Organizational Capability*), Ketika suatu organisasi memiliki aset atau sumberdaya (berwujud maupun tak berwujud), sehingga sumberdaya tersebut menjadi nilai tambah (*wealth, immaterial value*).

Maka organisasi tersebut memerlukan banyak kemampuan untuk mendistribusikan, memadukan, memproses, mengelola, dan mendayagunakan sumber dayanya tersebut untuk mencapai tujuan organisasi “Seperangkat kemampuan” itulah yang disebut sebagai “*organizational capability*”.

Pudyastuti & Saputra (2021) Pengetahuan yang dimiliki sumber daya manusia yakni faktor penentu untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Keterkaitan Kapabilitas Organisasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing dibuktikan oleh penelitian Angga Prasetyo Adi Putra et al. (2021).

### **2.2.2 Keterkaitan antara Variabel Orientasi Kewirausahaan terhadap Daya Saing**

Kewirausahaan disebut sebagai pelopor untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi perusahaan berkelanjutan dan berdaya saing tinggi (Suryanita 2006). Orientasi Kewirausahaan dapat berdampak terhadap daya saing karena beberapa indikator orientasi kewirausahaan salah satunya keberanian mengambil resiko, akan berdampak signifikan pada persaingan usaha.

Mengambil resiko memungkinkan seseorang untuk melihat peluang, dan pengusaha tentu saja harus bersedia mengambil keuntungan dari peluang ini meskipun faktanya hal itu mungkin melibatkan beberapa resiko. Keterkaitan Orientasi Kewirausahaan terhadap Daya Saing dibuktikan oleh penelitian Mega Usvita (2014) dan Rachmat Ramdhani (2022) yang menyatakan bahwa Orientasi Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing.

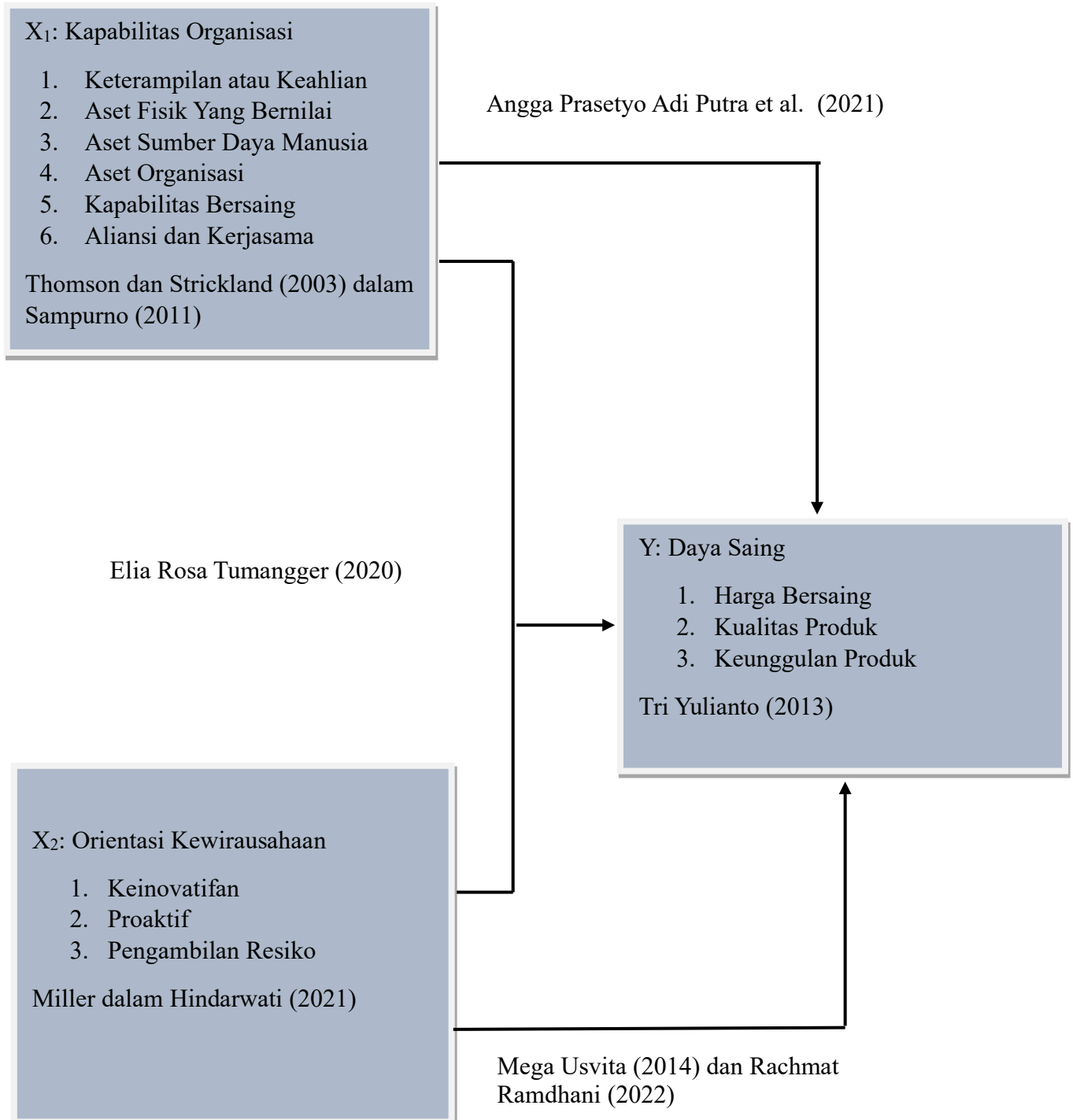
### **2.2.3 Keterkaitan antara Variabel Kapabilitas Organisasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Saing**

Kapabilitas atau yang bisa disebut kemampuan merupakan suatu penilaian terkini berdasarkan apa yang dilakukan seseorang. Kemampuan juga dapat diartikan sebagai batas kapasitas seseorang untuk melakukan tugas yang berbeda pada suatu pekerjaan.

Kemampuan keseluruhan seorang individu pada dasarnya terdiri atas dua faktor, fisik dan intelektual. Kemampuan fisik merupakan kemampuan menjalankan tugas yang menuntut kekuatan, ketrampilan, dan karakteristik serupa. Kemampuan fisik tertentu bermakna penting bagi keberhasilan pekerjaan yang lebih standar dan kurang membutuhkan keterampilan.

Hal tersebut berdasarkan kesimpulan dari penelitian Elia Rosa Tumanger (2020) Kapabilitas Organisasi dan Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif atau memiliki signifikansi terhadap Daya Saing.

### 2.2.4 Paradigma Penelitian



Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian



### 2.3. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2014) Definisi Hipotesis adalah “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap sebuah rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.”

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis yang telah digambarkan diatas maka hipotesis akan diuji dalam penelitian sebagai berikut:

H1: Diduga terdapat Pengaruh Kapabilitas Organisasi terhadap Daya Saing.

H2: Diduga terdapat Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Daya Saing.

H3: Diduga terdapat Pengaruh Kapabilitas Organisasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Daya Saing.