

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Konsep Kewirausahaan

Menurut Hisrich et al., dalam M Hasan dkk (2021) Kewirausahaan sebagai suatu usaha yang kreatif yang membangun suatu value dari yang belum ada menjadi ada dan bisa dinikmati oleh banyak orang

2.1.2 Pengertian Kewirausahaan

Menurut B Sanawiri dan M Iqbal (2018) Kewirausahaan (entrepreneurship) kami definisikan sebagai kemampuan dalam berkreasi dari hasil pemikiran kreatif dalam rangka mewujudkan inovasi untuk memanfaatkan peluang menuju sebuah kesuksesan. Proses pemikiran kreatif dan inovatif biasanya diawali dengan ide dan pemikiran dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2009:3) 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. Entrepreneurship mengandung makna wiraswasta atau wirausaha yaitu cabang ilmu ekonomi yang mengajarkan bagaimana kita bisa mandiri dalam memulai suatu usaha dalam rangka mencapai profit serta mengembangkan seluruh potensi ekonomi yang dimiliki.

Kewirausahaan atau *enterpreneurship* pada mulanya merupakan konsep yang

dikembangkan dalam tradisi sosiologi dan psikologi. Pada awal abad ke-18, Richard Cantillon, sarjana kelahiran Irlandia yang besar di Perancis, menyatakan bahwa *entrepreneurship* merupakan fungsi dari *risk bearing*. Satu abad berikutnya, Joseph Schumpeter memperkenalkan fungsi inovasi sebagai kekuatan hebat dalam *entrepreneurship*. Sejak itu, konsep *entrepreneurship* merupakan akumulasi dari fungsi keberanian menanggung risiko dan inovasi (Wang, 2020)).

Sedangkan menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2009:3) wirausaha adalah orang yang berjiwa kreatif dan inovatif yang mampu mendirikan, membangun, mengembangkan, memajukan, dan menjadikan perusahaannya unggul.

Maka dapat disimpulkan kewirausahaan adalah kemampuan seorang manajer resiko (*risk manager*) dalam mengoptimalkan segala sumber daya yang ada, baik itu materil, intelektual, waktu, dan kemampuan kretivitasnya untuk menghasilkan suatu produk atau usaha yang berguna bagi dirinya dan bagi orang lain.

2.1.2.1 Faktor-faktor pada Kewirausahaan

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2009:12) terdapat faktor-faktor yang harus adadalam diri seorang entrepreneur adalah:

1. *The Creativity* : Kreatif menghasilkan sesuatu yang baru dengan menambahkan nilainya. Pertambahan nilai ini tidak hanya diakui olehwirausahawan semata, namun juga oleh audiens yang akan menggunakan hasil kreasi tersebut.
2. *The Commitment* : Memiliki komitmen yang tinggi terhadap apa yang ingin dicapai dan dihasilka 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.

2.1.2.2 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. Seorang wirausahawan harus memiliki keunggulan yang merupakan kekuatan bagi dirinya dan usahanya serta harus memperbaiki kelemahannya agar menghasilkan keunggulan bersaing bagi usahanya. (Suryana, 2017).

Menurut Reniati (2013:60) Kompetensi kewirausahaan adalah kesatuan dari pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*) dan kemampuan (*ability*) yang bersifat dinamis yang diperagakan oleh seorang wirausaha/organisasi sehingga terpancarkan dari perilakunya untuk mencapai kesuksesan dalam bisnisnya secara berkesinambungan. Pengetahuan adalah informasi yang dimiliki seseorang karyawan untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya sesuai bidang yang digelutinya (tertentu), keterampilan merupakan suatu upaya untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan perusahaan kepada seorang karyawan dengan baik dan maksimal, sedangkan kemampuan merupakan kapasitas seseorang individu untuk melakukan beragam tugas dalam suatu pekerjaan.

Kompetensi kewirausahaan menurut Hessel Oosterbeek, Mirjam C. Van

Praag dan Auke Ijsselstein (2009) dalam Reniati (2013:60) terdiri dari variabel sikap dan keterampilan. Variabel sikap meliputi: *need for achievement, need for autonomy, need for power, social orientation, self efficacy, endurance and risk taking propensity*. Sedangkan untuk variabel keterampilan untuk variabel keterampilan meliputi: *market awareness, creativity and flexibility*.

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. Kompetensi yang harus dimiliki pengusaha adalah (Suryana, 2003):

1. *Managerial skill*. Wirausahawan harus mampu menjalankan fungsi perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan dan pengawasan agar usaha yang dijalankannya dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Keterampilan ini merupakan syarat mutlak untuk menjadi wirausaha sukses.
2. *Conceptual skill*. Kemampuan untuk merumuskan tujuan, kebijakan dan strategi usaha merupakan landasan utama menuju wirausaha sukses. Pengusaha harus ekstra keras belajar dari berbagai sumber dan belajar dari pengalamansendiri dan pengalaman orang lain dalam berwirausaha.
3. *Human skill*. Supel, mudah bergaul, simpati dan empati kepada orang lain adalah modal keterampilan yang sangat mendukung kita menuju keberhasilan usaha. Dengan keterampilan ini, pengusaha akan memiliki banyak peluang dalam merintis dan mengembangkan usahanya.
4. *Decision making skill*. Sebagai seorang wirausaha, seringkali dihadapkan

pada kondisi ketidakpastian. Berbagai permasalahan biasanya bermunculan pada situasiseperti ini. Wirausaha dituntut untuk mampu menganalisis situasi dan merumuskan berbagai masalah untuk dicarikan berbagai alternatif pemecahannya.

5. *Time managerial skill*. Ketidakmampuan mengelola waktu membuat pekerjaan menjadi menumpuk atau tak kunjung selesai sehingga membuat jiwanya gundah dan tidak tenang. Keterampilan mengelola waktu dapat memperlancar pelaksanaan pekerjaan dan rencana yang telah digariskan.

Dari pernyataan tersebut, di dalam lingkup lingkungan usaha yang semakin berdaya saing tinggi maka sangat dibutuhkan pengetahuan keahlian dalam bidang perusahaan yang perlu dimiliki oleh seorang pengusaha. Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri bahwa salah satu faktor suatu perusahaan memiliki strategi bersaing yang tinggi yaitu bergantung pada kompetensi pengusahanya.

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa kompetensi pengusaha adalah kecakapan, kemampuan, keahlian, maupun pengetahuan yang dimiliki oleh seorang pengusaha dalam melakukan suatu pekerjaannya untuk memperoleh keunggulan bersaing yang baik.

2.1.2.3 Indikator Kompetensi Kewirausahaan

(Suryana, 2017) berpendapat bahwa untuk mengukur kompetensi wirausaha terdapat empat kemampuan utama yang diperlukan agar tercapai keberhasilan usahanya, yaitu:

a. *Technical Competence*, yaitu memiliki kompetensi dalam bidang merancang bangun sesuai dengan bentuk usaha yang akan dipilih dengan kata lain

seorang wirausahawan harus mengetahui segala sesuatunya mengenai usaha atau bisnis yang ingin dilakukan baik dari aspek pengetahuan tentang bisnis dan strategi dalam mempertahankan keberlangsungan bisnis.

b. Marketing Competence, yaitu memiliki kompetensi dalam menemukan pasar yang cocok, mengidentifikasi pelanggan dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Wirausaha harus mengetahui siapa pesaingnya, memiliki kemauan dan kemampuan untuk bagaimana berkompetisi dengan lebih baik, berdasarkan norma etika dan tanggung jawab sosial. Pemasaran kedepan akan berorientasi ke pemasaran strategi, di mana pesaing bukan lagi sebagai lawan yang harus dimatikan tetapi sebagai mitra dalam berlomba memberikan kepuasan konsumen.

c. Financial Competence, yaitu memiliki kompetensi dalam bidang keuangan, pembelian, penjualan, pembukuan dan perhitungan laba rugi. Kompetensi dalam bidang keuangan juga termasuk kompetensi dalam mencari sumber pendanaan yang paling murah, menggunakan dan menginvestasikan dana yang menguntungkan, membuat anggaran.

d. Human Relation Competence, yaitu kompetensi dalam mengembangkan hubungan personal, seperti kemampuan berelasi dan menjalin kemitraan antar perusahaan serta harus mengetahui hubungan inter-personal secara sehat. Karena kompetensi wirausaha juga berhubungan dengan kemampuan menjaga, membangun, mengembangkan, hubungan baik dengan orang, serta pihak yang berkepentingan dengan aktivitas perusahaan, seperti dengan rekan kerja, karyawan, penyalur barang, pemasok bahan, investor, kreditur, dan masyarakat.

2.1.3 Inovasi Produk

2.1.3.1 Konsep Inovasi

Menurut Avanti Vontana (2009) dalam Reniati (2013:24) Inovasi adalah kesuksesan ekonomi dan sosial berkat diperkenalkannya cara baru atau kombinasi baru dari cara-cara lama dalam mentransformasi input menjadi output yang menciptakan perubahan besar dalam hubungan antara nilai guna dan harga yang ditawarkan kepada konsumen atau pengguna, komunitas, sosietas dan lingkungan.

Adapun menurut Machfoedz (2004:21) dalam Reniati (2013:24) inovasi merupakan suatu proses untuk mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dipasarkan. Inovasi lebih dari sekedar ide yang baik. Suatu gagasan murni memegang peranan penting, dan pikiran yang kreatif mengembangkannya menjadi gagasan berharga.

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa inovasi adalah penciptaan, pengembangan dan implementasi barang, proses dan jasa baru dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas untuk memperoleh keunggulan bersaing yang baik.

2.1.3.2 Karakteristik Inovasi

Karakteristik inovasi terdiri dari: keuntungan relatif dalam bidang ekonomi, (faktor prestise sosial, kenyamanan dan kepuasan), ketahanan / kekuatan (tingkat dimana inovasi dipersepsikan sebagai sesuatu yang konsisten dengan nilai yang ada, pengalaman-pengalaman masa lalu, dan kebutuhan akan para pengguna yang potensial), kompleksitas (tingkat dimana inovasi dipersepsikan sebagai sesuatu yang sulit untuk dimengerti dan digunakan), daya uji coba (tingkat dimana inovasi

dalam batas–batas tertentu dapat diujicobakan), observabilitas (tingkat dimana hasil-hasil inovasi dapat dilihat oleh pihak lain) (Sumarwan, 2010).

2.1.3.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Inovasi

Faktor yang memengaruhi cepat atau lambatnya suatu inovasi diadopsi atau ditolak tergantung pada para anggota suatu sistem sosial menghayati lima karakteristik inovasi yang meliputi: *relative advantage* (keuntungan relatif), *compatibility* (keserasian), *complexity* (kerumitan), *trialability* (kemungkinan dicoba), dan *observability* (kemungkinan diamati). Hal ini sangat menentukan tingkat suatu adopsi daripada faktor lain seperti jenis keputusan, saluran komunikasi, sistem sosial dan usaha yang intensif dari agen perubahan. Li (1998) dalam Putu (2013:65)

2.1.3.4 Inovasi Produk

Crawford dan De Benedetto (2000: 9) dalam Putu (2013:66) menyatakan 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.

Inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaingnya. Produk yang memiliki kelebihan memiliki nilai tambah bagi konsumen. Neely et al (1995) dalam Putu (2013:67) berpendapat bahwa inovasi produk menunjukkan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau dikembangkan yang berhasil di pemasaran.

Kotler (2007:36) dalam Cynthia dan Hendra (2014:1217) mendefinisikan

inovasi produk sebagai gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain. Nasution (2005:44) menyatakan bahwa inovasi produk merupakan produk atau jasa baru yang diperkenalkan ke pasar. Inovasi produk dikategorikan sebagai produk baru bagi dunia, lini produk baru, tambahan pada lini produk baru yang telah ada, perbaikan dan revisi produk yang telah ada, penentuan kembali dan pengurangan biaya (Nasution,2005:44).

2.1.3.5 Indikator Inovasi Produk

Lukas dan Ferrell (2000:240) dalam Cynthia dan Hendra (2014:1217) menjelaskan adanya beberapa indikator dari inovasi produk, yaitu:

1) Perluasan Produk (*line extensions*)

Perluasan produk merupakan produk yang masih familiar bagi organisasi bisnis tetapi baru bagi pasar.

2) Peniruan Produk (*me-too products*)

Peniruan produk merupakan produk yang dianggap baru oleh bisnis tetapi familiar dengan pasar.

3) Produk Baru (*new-to-the-world products*)

Produk baru merupakan produk yang dianggap baru baik oleh bisnis maupun oleh perusahaan.

2.1.4 Keunggulan Bersaing

2.1.4.1 Konsep Keunggulan Bersaing

Menurut Porter (1994) dalam Reniati (2013:47) keunggulan bersaing pada dasarnya berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh sebuah perusahaan untuk pembelinya yang melebihi biaya perusahaan dalam menciptakannya. Nilai

adalah apa yang pembeli bersedia bayar dan nilai yang unggul berasal dari tawaran harga yang lebih rendah daripada pesaing untuk manfaat yang sepadan atau memberikan manfaat yang unik yang lebih dari pada sekedar mengimbangi harga yang lebih tinggi.

Selain itu Gordon (2002:3) dalam Reniati (2013:47), meninjau keunggulan bersaing dari sisi *competitor* dan *customer*, bersaing bukan hanya merupakan pemikiran tetapi juga suatu strategi dan proses. Menurutnya perusahaan bersaing dari lima sumberdaya yaitu: manusia, waktu, uang, teknologi dan pengetahuan. Untuk mewujudkan keunggulan bersaing, maka perusahaan perlu meningkatkan nilai agar mampu menciptakan *superior customer value* sebagai ukuran *competitive advantage* organisasi.

Day and Wensley (1998) dalam Reniati (2013:48) menyatakan bahwa keunggulan bersaing berkelanjutan merupakan bentuk-bentuk strategi untuk membantu perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Persaingan antara perusahaan mengalami peningkatan dalam kondisi:

1. Banyaknya usaha yang bersaing
2. Ukuran serupa dari usaha yang bersaing
3. Kapabilitas yang serupa dari usaha yang bersaing
4. Penurunan permintaan produk industri
5. Turunnya harga produk/ jasa di industri
6. Ketika konsumen dapat beralih merek dengan mudah
7. Ketika hambatan untuk meninggalkan pasar tinggi
8. Ketika hambatan untuk memasuki pasar rendah

9. Ketika biaya tetap tinggi di antara perusahaan yang bersaing
10. Saat produk dapat dihancurkan
11. Ketika saingan memiliki kelebihan kapasitas
12. Ketika permintaan konsumen turun
13. Ketika saingan memiliki kelebihan persediaan
14. Ketika saingan menjual produk / jasa serupa
15. Ketika merger menjadi hal umum di industri (David, 2011:108)

Keunggulan bersaing diharapkan mampu untuk mencapai laba sesuai rencana, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta melanjutkan kelangsungan hidup suatu usaha (Saiman,2014:128).

Jadi keunggulan bersaing merupakan suatu hal yang penting untuk menghadapi persaingan. Sebab keunggulan bersaing dapat diartikan sebagai strategi benefit dari suatu perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang efektif dalam pasarnya. Maka dari itu strategi harus di rancang sedemikian rupa untuk mewujudkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan sehingga perusahaan dapat menguasai pasar dan mencapai tujuan perusahaan.

2.1.4.2 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.

2.1.4.3 Indikator Keunggulan Bersaing

Porter (1990) dalam reniati (2013) mengemukakan indikator keunggulan bersaing yaitu:

1. Keunikan produk, adalah keunikan produk perusahaan yang memadukan nilai seni dengan selera pelanggan.

2. Kualitas produk adalah kualitas desain dari produk perusahaan.
3. Harga bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga produknya dengan harga umum di pasaran.

2.1.5 Hasil Penelitian Terdahulu

Sebelum penulis melakukan penelitian, penulis mempelajari dan membaca penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, untuk menjaga keaslian penelitian, maka dapat dibandingkan dengan penelitian – penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian/Judul Referensi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Analisis Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Kinerja Industri Mebel Oleh: Muzakar Isa (2012) ISSN : 2541-2604	Hasil penelitian menunjukan Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja	Menggunakan Kompetensi Kewirausahaan sebagai variabel independen	Menggunakan Variabel Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Industri
2.	Analisis Implementasi Knowledge Management dalam Membentuk Kompetensi Kewirausahaan Pada Industri Kecil Menengah (IKM) Sentra Kulit dan Produksi di Cibaduyut dan Garut Oleh: Sri Suwarsi, Nurfahmiyati, Dede R.Oktini (2012) ISSN : 2089-3590	Berdasarkan hasil penelitian menunjukan Implementasi Knowledge memediasi Kompetensi Kewirausahaan	Menggunakan Kompetensi kewirausahaan sebagai variabel	Peneliti terdahulu menggunakan 2 variabel
3.	Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Gula Pasir Sebelas (Gupalas) Pabrik Gula Semboro Ptp Nusantara Xi	Hasil penelitian menunjukan Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keunggulan bersaing, Inovasi produk dan Keunggulan bersaing berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen	Menggunakan variabel Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing	Peneliti terdahulu menggunakan 4 variabel

	(Persero) Oleh: Putu Sukarmen, Andi Sularso, Deasy Wulandari (2013) ISSN : 1412-5366			
4.	Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil Di Kota Palembang Oleh: Heri Setiawan (2012) ISSN : 2085-1375	Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi dan inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.	Menggunakan variabel Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing	Peneliti terdahulu menggunakan 4 variabel
5.	Analisa Pengaruh Total Quality Management Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan Oleh: Callystha Prayhoego dan Devie(2013)	Terdapat pengaruh signifikan antara Total Quality Management terhadap keunggulan bersaing.	Menggunakan variabel Keunggulan bersaing	Peneliti terdahulu menggunakan 2 variabel
6.	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado Oleh: Cynthia Vanessa Djodjobo, Hendra N. Tawas(2014) ISSN : 2303-1174	Hasil penelitian menunjukkan Orientasi Kewirausahaan dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, Inovasi produk dan Keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap Kinerja Pemasaran	Menggunakan variabel Inovasi Produk dan Keunggulan bersaing	Peneliti terdahulu menggunakan 4 variabel
7.	Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Jahit Pakaian Di Kelurahan Pasar Telukdalam Oleh: Hermin Yanti Zebua (2022) ISSN : 2828-0946	Hasil penelitian menunjukkan Kompetensi kewirausahaan dan Inovasi Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.	Menggunakan variabel Kompetensi Kewirausahaan dan Keunggulan bersaing	Peneliti terdahulu melakukan penelitian di tempat yang berbeda
8.	<i>Competitive Advantage Achievement Through Innovation and Knowledge</i> Oleh: Hana Urbancova	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keunggulan Bersaing memediasi hubungan antara Inovasi dan Pengetahuan	Menggunakan Keunggulan Bersaing sebagai Variabel	Tidak menggunakan variabel Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk

	(2013) ISSN : 1804-1728			
9.	Membangun Kinerja Pemasaran Berbasis Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Kerajinan Gitar di Kabupaten Sukoharjo) Oleh: Setyani Sri Haryanti dan Linda Nursusila (2016) ISSN : 2337-568X	Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing	Sama-sama menggunakan Inovasi Produk dan keunggulan bersaing sebagai variabel	Peneliti terdahulu tidak menggunakan variabel kompetensi kewirausahaan
10.	Product innovation and the competitive advantage Oleh: Cherroun Reguia (2014)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing	Sama-sama menggunakan Inovasi Prodduk dan keunggulan bersaing sebagai variabel	Peneliti terdahulu tidak menggunakan variabel kompetensi kewirausahaan

2.2 Kerangka Pemikiran

Semakin banyak persaingan dalam dunia usaha dalam era *globalisasi* ini membuat setiap pelaku usaha 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 lingkup lingkungan usaha yang semakin berdaya saing tinggi maka sangat dibutuhkan pengetahuan keahlian dalam bidang perusahaan yang perlu dimiliki oleh seorang pengusaha. Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri bahwa salah satu faktor suatu perusahaan memiliki strategi bersaing yang tinggi yaitu bergantung pada kompetensi pengusahanya.

Tak hanya itu inovasi produk pun merupakan faktor penentu berhasilnya keunggulan bersaing. Inovasi lebih dari sekedar ide yang baik. Suatu gagasan murni memegang peranan penting, dan pikiran yang kreatif mengembangkannya menjadi gagasan berharga.

Oleh karena itu agar perusahaan memiliki competitive advantage (keunggulan bersaing) pengusaha harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing bisa tercapai secara maksimal yang diantaranya adalah inovasi produk dan juga kompetensi yang dimiliki oleh seorang pengusaha seperti kecakapan, kemampuan, keahlian, maupun pengetahuan dalam melakukan suatu pekerjaannya untuk memperoleh keunggulan bersaing yang baik.

2.2.1 Hubungan Kompetensi Kewirausahaan dengan Keunggulan Bersaing

Pendekatan kompetensi telah menjadi populer pada studi karakteristik kewirausahaan. Sementara itu kompetensi kewirausahaan dapat diteliti dari inputnya, proses, atau hasil. Mole et al., (1993) dalam Reniati (2013), pada penelitian ini ditekankan pada proses atau pendekatan perilaku untuk meneliti kompetensi kewirausahaan sehingga sejalan dengan dimensi proses pembentukan keunggulan bersaing.

Pendekatan ini berasumsi bahwa kepemilikan kompetensi saja tidaklah cukup membuat pengusaha kompeten. Lebih tepat apabila kompetensi kewirausahaan dilihat dari perilaku, dari seseorang, yang cocok dengan karakteristik dinamis dari daya saing. Man et al (2002) dalam Reniati (2013) telah melakukan studi awal dalam kompetensi pengusaha dalam rangka mengkategorisasi semua identifikasi kompetensi dalam aktivitas yang relevan atau perilaku dalam konteks UKM, untuk mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan. Berdasarkan deskripsi diatas maka, ada hubungan kausalitas yang positif antara kompetensi kewirausahaan dengan keunggulan bersaing.

2.2.2 Hubungan Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing

Inovasi yang diciptakan oleh perusahaan menjadi kunci dari keunggulan bersaing yang menentukan kesuksesan ekonomi dari suatu organisasi (Hanna Urbancova, 2013:94).

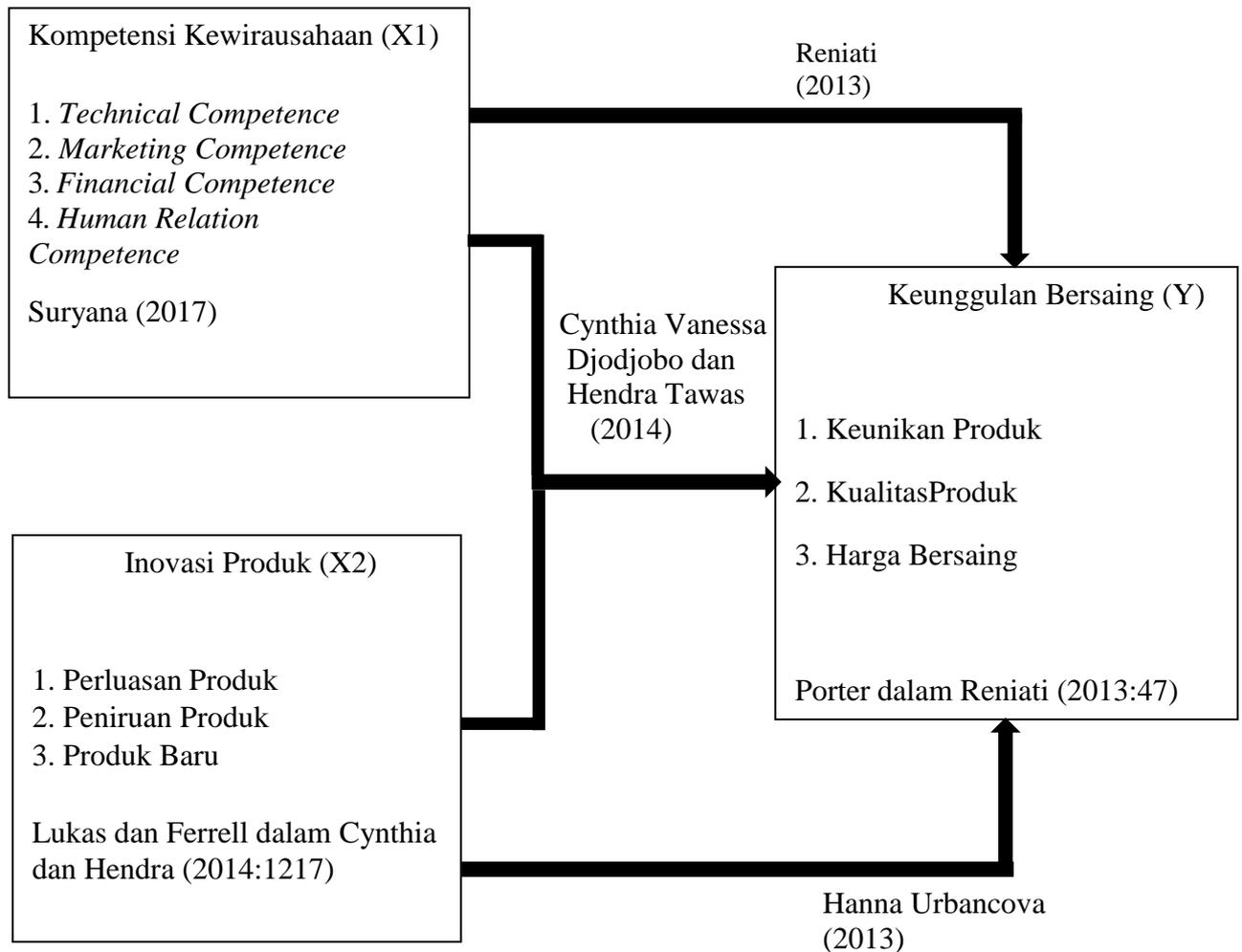
Sesuai juga dengan penelitian Heri Setiawan (2012) yang menyatakan bahwa inovasi merupakan cara yang digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan pemikiran baru, produk baru yang inovatif bertujuan untuk menciptakan keunggulan bagi perusahaan di dalam persaingan.

2.2.3 Hubungan Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing

Kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk dapat berpengaruh bersamaan terhadap keunggulan bersaing sebuah perusahaan karena kedua variabel tersebut di dalam dunia bisnis sangatlah penting karena dapat menentukan sebuah perusahaan dapat unggul atau tidak dengan kompetitornya. Keunggulan bersaing yang diharapkan adalah keunggulan bersaing yang berkelanjutan, sehingga bisa menopang dan mengatasi ancaman-ancaman dari kompetitornya serta kondisi pasar yang kurang baik.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Cynthia Vanessa Djodjobo dan Hendra Tawas (2014:1214) diperoleh bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Dari penjelasan yang telah diuraikan di atas maka, dapat disimpulkan bahwa kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing

Dari uraian diatas didapat kerangka pemikiran dibawah ini sebagai berikut:



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017: 96) hipotesis penelitian adalah:

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan”.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis dapat menarik hipotesis yang dapat dijadikan sebagai dasar pemikiran dalam penelitian dan pengujian yang akan dilakukan. Hipotesis penulis adalah sebagai berikut :

H1: Diduga terdapat pengaruh Kompetensi kewirausahaan terhadap Keunggulan bersaing pada Kawasan Industri Kerupuk Kulit Ikan Desa Kenanga Indramayu

H2: Diduga terdapat pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan bersaing pada Kawasan Industri Kerupuk Kulit Ikan Desa Kenanga Indramayu

H3: Diduga terdapat pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan bersaing pada Kawasan Industri Kerupuk Kulit Ikan Desa Kenanga Indramayu