

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Strategi *Resource Based*

2.1.1.1 Pengertian Strategi *Resource Based*

Menurut David dalam Iskandar (2018) Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau joint venture. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Jadi strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Barney dalam Son Wandrial (2011). *Resource Based* adalah sebuah acuan atau kerangka untuk meneliti kekuatan dan kelemahan perusahaan dengan mempelajari keunikan semua sumber daya internal yang dimiliki dan dikontrol oleh perusahaan. Asumsi dasar yang digunakan dari *Resource based View of the Firm* antara lain: *resource heterogeneity* dan *immobility*. Pertama, perusahaan dapat dianggap sebagai sekumpulan sumber daya produktif dan berbeda-beda (beragam) antar perusahaan (*asumsi resource heterogeneity*); kedua, sumber daya ini sangat mahal dan susah untuk ditiru serta inelastis dalam penawaran (*asumsi resource immobility*).

Hasil penelitian Schroeder, *et al.* dalam surachman andarwati (2016) mengungkapkan dimensi sumberdaya, yaitu keuangan, fisik, sumberdaya manusia, teknologi, dan reputasi organisasi merupakan pusat perhatian utama bagi perusahaan dalam mencapai keunggulan bersaing (*competitive advantage*) atas produk, yaitu kemampuan untuk menghasilkan keuntungan besar dengan dukungan sumberdaya internal yang dimiliki dalam upaya memberikan nilai yang sama atau lebih baik kepada konsumen dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan pesaing.

Menurut Agung Budi Winoto, Djumilah Hadiwidjojo (2015) Strategi *resource-based view*, yang terdiri dari strategi sumber daya manusia, sumber daya fisik, dan sumber daya organisasi, menjadi strategi dominan dalam mempengaruhi inovasi dan keunggulan kompetitif.

“Resource Based View (RBV) menganalisis dan menafsirkan sumber daya organisasi untuk memahami bagaimana organisasi mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. RBV berfokus pada konsep atribut perusahaan yang sulit ditiru sebagai sumber kinerja yang unggul dan keunggulan kompetitif (Barney, Hamel dan Prahalad) dalam Pankaj M Madhani (2010). Sumber daya yang tidak dapat dengan mudah ditransfer atau dibeli, yang memerlukan kurva belajar yang panjang atau perubahan besar dalam iklim dan budaya organisasi, lebih cenderung unik bagi organisasi dan, oleh karena itu, lebih sulit untuk ditiru oleh pesaing. Menurut Conner dalam Pankaj M Madhani (2010) varian kinerja antara perusahaan tergantung pada kepemilikan input dan kemampuan unik”.

Dari definisi yang dijabarkan diatas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi *resource based* merupakan suatu kegiatan analisis sumberdaya organisasi untuk memahami bagaimana organisasi dapat mencapai keunggulan kompetitif.

2.1.1.2 Karakteristik Strategi *Resource Based*

Karakter sumberdaya organisasi yang dimaksud merupakan sumberdaya yang *valuable, rare, imitable, and not subsitutable (VRIN)* Barney dalam Leonardus (2015).

1. *Valuable* memiliki arti bahwa sumberdaya tersebut memiliki nilai yang lebih dibandingkan pesaing.
2. *Rare* berarti bahwa sumber daya tersebut sukar diperoleh di pasar dan hanya dimiliki oleh beberapa organisasi.
3. *imitable* ketika suatu organisasi tidak memiliki sumber daya, akan mengalami kesulitan untuk mengembangkan atau menirunya.
4. *non-subsitutable* bahwa sumberdaya tersebut tidak dapat digantikan.

2.1.1.3 Dimensi Strategi *Resource Based*

Hasil penelitian Schroeder, *et al.* dalam Surachman Andarwati (2016) mengungkapkan dimensi sumberdaya, yaitu keuangan, fisik, sumberdaya manusia, teknologi, dan reputasi organisasi merupakan pusat perhatian utama bagi perusahaan dalam mencapai keunggulan bersaing

1. Keuangan.
2. Sumberdaya fisik merupakan semua sumber kekayaan yang ada di alam semesta dan barang mentah lainnya yang dapat digunakan dalam proses produksi.
3. Sumberdaya manusia merupakan salah satu elemen penting, bahkan tidak dapat dilepaskan dari sebuah organisasi, baik institusi maupun perusahaan.
4. Teknologi merupakan suatu alat bantu yang digunakan oleh manusia untuk mempermudah dalam melakukan suatu kegiatan.
5. Reputasi organisasi.

2.1.1.4 Indikator Strategi *Resource Based*

Menurut Grant dalam Leonardus (2015) terdapat beberapa faktor yang dapat digunakan dalam mengidentifikasi strategi *Resource Based View*(RBV), yaitu sebagai berikut :

1. *Durability*, yaitu ketahanan dari sebuah produk yang diproduksi oleh perusahaan yang diukur dari kualitas dan ketahanan produk setelah diproduksi.
2. *Transparency*, yaitu keterbukaan dari setiap sumberdaya yang terlibat dalam perusahaan, mencakup jenis bahan baku yang digunakan dan keterbukaan dalam permasalahan yang terjadi dalam perusahaan.
3. *Transferability*, yaitu mengkomunikasikan segala hal yang bersangkutan dalam proses produksi hingga ke tangan konsumen.

2.1.2 Orientasi kewirausahaan

2.1.2.1 Pengertian Orientasi kewirausahaan

Kewirausahaan adalah usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerja dan hasilnya berguna bagi orang lain Eddy S. Soegoto (2009:3) Pengertian kewirausahaan menurut Weerawerdeena dalam Heri Setiawan (2013) adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan.

Tindakan kewirausahaan dalam penelitian ini diwujudkan sebagai orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) merupakan perilaku perusahaan yang tercermin dari perilaku pemilik atau pengelola dalam proses pengambilan keputusan strategis melalui keinovasian, berani mengambil risiko, dan proaktif Green, *et al* dalam Defin Shahrial Putra, Atim Djazuli (2011)

“Orientasi kewirausahaan adalah kontributor signifikan terhadap kesuksesan bisnis, keberhasilan operasi bisnis terkait dengan faktor lingkungan internal dan eksternal. Faktor lingkungan eksternal meliputi kondisi ekonomi dan sosial, faktor politik dan teknologi. Faktor lingkungan internal meliputi manajemen kewirausahaan yang terdiri dari tingkat penekanan pada orientasi strategis, orientasi sumber daya, struktur manajemen pengembangan budaya kewirausahaan, filosofi penghargaan, dan orientasi kewirausahaan terkait dengan karakteristik pribadi pengusaha (Islam dalam Thongvanh Sirivanh, Sasiwemon Sukkabot, Meta Sateeraroj; 2014)”.

Dari definisi yang dijabarkan diatas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan suatu kemampuan yang harus dimiliki oleh pemilik atau pengelola perusahaan untuk dapat bersaing secara efektif dan efisien.

2.1.2.2 Ciri dan Watak Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan sebagai watak atau ciri-ciri yang melekat Drucker dalam Renita Helia (2015).

1. mempunyai kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia usaha yang nyata.
2. dapat mengembangkan dengan tangguh.

2.1.2.3 Konsep Orientasi Kewirausahaan

Konsep teoritis tersebut diperkuat oleh hasil kajian empiris Ferreira and Azevedo dalam Stella Metekohy (2013) yang membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan sebagai faktor yang esensial dalam menghubungkan antarasumber daya dan kapabilitas terhadap pertumbuhan usaha kecil. *Entrepreneurial orientation* merupakan kegiatan *entrepreneurship* dilaksanakan yang meliputi metode, praktek, gaya pembuatan keputusan yang digunakan untuk mengambil tindakan secara *entrepreneur*.

Miller (1978) dalam dalam Stella Metekohy (2013) menyatakan bahwa keberhasilan kinerja usaha kecil ditentukan oleh *entrepreneurial orientation*. Keberanian mengambil resiko, inovasi dan sikap proaktif akan membuat perusahaan-perusahaan kecil mampu mengalahkan pesaing-pesaing mereka. Hasil

kajian empiris dan konsep teoritis tersebut menjustifikasi esensi *entrepreneurial orientation* sebagai determinan pembentukan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) bagi usaha kecil. Konsepsi *entrepreneurial orientation* merupakan solusi yang relevan dan dipostulasikan berdampak positif bagi usaha kecil dalam lingkungan persaingan yang ketat.

2.1.2.4 Indikator Orientasi Kewirausahaan

Berikut ini indikator orientasi kewirausahaan menurut Weerawerdeena (2003) dalam Heri setiawan (2013):

1. Keinovatifan (*innovativeness*)

Keinovatifan adalah kecenderungan untuk terlibat dalam kreativitas dan eksperimen melalui pengenalan produk atau jasa baru serta kepemimpinan teknologi melalui riset dan pengembangan dalam proses-proses baru (Lumpkin dan Dess, 1996:140-149) dalam (Cynthia dan Hendra, 2014:1216). Jadi *innovativeness* merupakan kemauan dasar untuk meninggalkan teknologi atau praktik-praktik yang lama dan sudah ada untuk mencari hal-hal baru untuk menuju ke arah yang lebih baik (M. Wandra Utama, 2009:56).

2. Keproaktifan (*proactiveness*)

Sikap proaktif mengacu pada perspektif *forward looking* (cara pandang ke depan) dalam pengambilan inisiatif dengan mengantisipasi dan mengejar peluang baru dan berpartisipasi dalam pasar yang muncul Lumpkin dan Dess dalam M. Wandra Utama, (2009:59). Proaktif adalah penting karena menyiratkan pendirian untuk melihat kedepan (*forward looking*) yang disertai dengan aktivitas yang inovatif atau spekulasi baru dan lawan konseptual

proaktif adalah kepasifan (ketidakmampuan meraih kesempatan) Lumpkin dan Dess dalam Perminas Pangeran (2012:5).

3. Pengambilan resiko (*risk tasking*)

Pengambilan resiko adalah pengambilan tindakan tegas dengan mengeksplorasi hal yang tidak diketahui, meminjam dalam jumlah besar, dan atau mengalokasi sumber daya yang signifikan untuk usaha di lingkungan yang tidak pasti (Lumpkin dan Dess) dalam (Cynthia dan Hendra, 2014:1216).

2.1.3 Keunggulan Bersaing

2.1.3.1 Pengertian Keunggulan Bersaing

Menurut Barney dalam Reswanda (2012) Keunggulan daya saing (*competitive advantage*) merupakan kemampuan sebuah bisnis untuk mencapai profit yang abnormal dalam persaingan industri melalui strategi penciptaan nilai. Keunggulan daya saing ini akan dapat berkelanjutan ketika keunggulan ini tahan terhadap kikisan dari pesaing yang dapat melakukan duplikasi manfaat dari strategi yang ada.

Menurut Longenecker, Moore, dan Petty dalam Mirza (2011), *competitive advantage is a benefit that exists when a firm has a product or service that is seen by its target market as better than those of competitors*. Keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan *value added* (nilai lebih) terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan (Styagraha, dalam Putu *et al.*, 2013:67).

Dari definisi yang dijabarkan diatas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa keunggulan bersaing adalah kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumberdaya suatu perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi atau yang lebih baik di bandingkan perusahaan lain npada industri atau pasar yang sama.

2.1.3.2 Konsep Keunggulan Bersaing

Konsep keunggulan bersaing (*competitive advantage*) merujuk pada strategi *generic* yang dikemukakan oleh Lorter dalam Surachman andarwati (2016).

1. keunggulan biaya menekankan pemroduksian produk-produk uamg distandarisasi dengan biaya yang sangat rendah untuk para konsumen yang peka terhadap harga.
2. diferensiasi adalah pembedaan suatu produk atau jasa untuk membuatnya lebih menarik terhadap suatu pasar sasaran tertentu
3. fokus adalah suatu kemampuan konsentrasi.

2.1.3.3 Dimensi Keunggulan Bersaing

Dimensi dari keunggulan bersaing merujuk dimensi yang diadopsi dari Barney dalam Reswanda (2012).

1. sumberdaya yang bernilai.
2. sumberdaya yang bersifat langka.
3. sumberdaya yang sulit ditiru.
4. sumberdaya yang sulit digantikan.

2.1.3.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing

Keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui faktor-faktor : fokus pelanggan, pencapaian kualitas, integritas dan tanggung jawab, inovasi dan kreativitas, produksi rendah biaya (Leonardus Saiman, 2009).

1. Fokus pelanggan dengan cara kurangi birokrasi, puaskan pelanggan, tanggapilah keluhan, jalin komunikasi yang baik lakukan survey kepuasan pelanggan secara rutin dan berkesinambungan.
2. Pencapaian Kualitas, tidak terbatas hanya pada perusahaan besar.
3. Kualitas memegang peranan penting dalam usaha, baik kualitas produk atau jasa.
4. Integritas dan tanggung jawab penuh kepada setiap tuntutan, utamanya pelanggan dan juga kepada pemangku kepentingan.
5. Inovasi dan kreativitas akan membawa keunggulan bersaing.
6. Produksi rendah biaya akan membuat perusahaan mampu bersaing dari sisi harga. Pembeli yang sensitif terhadap harga dan kualitas umumnya akan menjadi pertimbangan penting dalam membeli ulang atas suatu produk atau jasa yang bersangkutan.

2.1.3.5 Indikator Keunggulan Bersaing

Berikut ini indikator Keunggulan Bersaing Menurut Pratomo dalam I Putu Pratama Adiputra dan Kastawan Mandala (2017) adalah sebagai berikut:

1. Unik adalah keunikan produk yang memadukan nilai seni artistik yang khas dengan selera konsumen.

2. Tidak mudah tergantikan adalah kemampuan produk agar tidak mudah tergantikan oleh produk pesaing.
3. Tidak mudah ditiru adalah pesaing dapat meniru produknya tetapi tidak sebaik produk yang dihasilkan perusahaan yang ditiru tersebut.
4. Harga kompetitif adalah harga dari produk/jasa perusahaan yang dapat bersaing dengan pesaing.

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian ini

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Stellamaris Metekohy, Maret (2013) ISSN :1693-5241	Pengaruh Strategi Resource-Based dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Kecil Dan Usaha Mikro (Studi Pada Usaha Jasa Etnis Maluku)	Orientasi kewirausahaan memediasi pengaruh strategi <i>resource based</i> terhadap daya saing usaha kecil dan usaha mikro etnis Maluku.	Variable independen Strategi <i>Resource Based</i> dan Orientasi Kewirausahaan Variabel dependen keunggulan bersaing	Penulis melakukan penelitian di Kick (<i>Kreative Independent Clothing Komunity</i>) Tempat penelitian di Bandung
2.	Kharisma Darojatin, Surachman, Andarwati, November (2016). ISSN : 1693-5241	Pengaruh Strategi <i>Resource-Based</i> terhadap Keunggulan Bersaing melalui Inovasi pada Usaha Mebel Kayu di Kota Pasuruhan	Strategi <i>resource-based</i> memiliki pengaruh tidak langsung terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi pada usaha mebel kayu di Kota Pasuruan.	Variabel independen strategi <i>resource based</i> Variabel dependen Keunggulan bersaing	Inovasi sebagai variabel intervening
3.	Agung Budi Winoto, Djumilah Hadiwidjojo, April (2015). ISSN : 1693-5241	Hubungan Relasional Strategi <i>Resource-Based View</i> dan <i>Entrepreneurial Skill</i> terhadap Inovasi dan	Strategi <i>resource-based view</i> , <i>entrepreneurial skill</i> , dan inovasi, merupakan serangkaian strategi yang mampu mendorong	Variabel independen strategi <i>resource based</i> Variabel dependen Keunggulan bersaing	Variabel Independen Entrepreneurial skill Variabel Dependen Inovasi

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Keunggulan Kompetitif Lembaga Bimbingan Belajar di Wilayah Malang	Lembaga Bimbingan Belajar di Wilayah Malang dalam meraih keuntungan.		
4.	Reswanda, (2012). ISSN : 1412-5366	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Pembelajaran Organisasi Keunggulan Berkelanjutan dan Kinerja Usaha pada Kerajinan Kulit Berorientasi Ekspor di Sidoarjo.	Orientasi kewirausahaan merupakan hal penting dalam meningkatkan posisi keunggulan daya saing berkelanjutan bagi UMKM.	Variabel independen orientasi kewirausahaan	Variabel Independen Pembelajaran organisasi
5.	Defin Shahril Putra, Atim Djazuli, September (2013). ISSN : 1693-5241	Pengaruh Strategi <i>Resource-Based</i> terhadap Keunggulan Bersaing yang Dimediasi oleh Orientasi Kewirausahaan (Studi pada Usaha Kecil Menengah Sasirangan Kota Banjarmasin)	Strategi <i>resource-based</i> berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing, tetapi dengan adanya orientasi kewirausahaan dengan sikap perilaku yang inovatif, proaktif dan berani mengambil risiko dapat membuat sumberdaya yang dimiliki semakin berkembang atau dapat menghasilkan berbagai macam produk-produk yang bervariasi.	Variabel independen strategi <i>resource based</i> Variabel dependen Keunggulan bersaing	Orientasi kewirausahaan sebagai Variabel intervening
6.	Chintia Vanessa Djodjobo, Hendra N. Tawas, September (2013). ISSN : 2303-1174	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi	Orientasi kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada usaha nasi kuning di kota Manado.	Variabel independen orientasi kewirausahaan	Perbedaan Variabel dependen Kinerja pemasaran

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Kuning Di Kota Manado.			
7.	Pankaj M Madhani Maret (2010)	<i>Resource Based View (RBV) of Competitive Advantage An Overview</i>	<i>The RBV emphasizes internal resources and capabilities of firm in formulating strategy to achieve sustainable competitive advantages</i>	Variabel independen <i>Resource based</i> Variabel dependen <i>Competitive advantage</i>	Tidak menggunakan variabel orientasi kewirausahaan sebagai variabel independen
8.	Thongvanh Sirivanh, Sasiwemon sukkabot, Meta Sateeraroj (2014)	<i>The Effect of Entrepreneurial Orientation and Competitive Advantage on SMEs' Growth: A Structural Equation Modeling Study</i>	<i>indicating that the variables included in the equation could explain only 21% of the fluctuations in SMEs' growth. These findings may be of help to the SMEs entrepreneurs in Lao PDR to be more entrepreneurial oriented and developed competitive advantage in order for them to success the intensely competitive business environment.</i>	Variabel independen orientasi kewirausahaan	Tidak menggunakan variabel Keunggulan bersaing sebagai variabel dependen
9.	Virginia Barba-Sánchez, Carlos Atienza-Sahuquillo (2010) ISSN : 1933-8233	<i>"Integration of the environment in managerial strategy: application of the resource-based theory of competitive advantage, dynamic capabilities and corporate social responsibilities"</i> .	<i>"Organizational resources and capabilities reinforced by environmental analyses generate positive implications in business activities"</i> .	Variabel independen <i>Resource based</i>	Variabel dependen <i>dynamic capabilities and corporate social</i>
10.	FLORE BRIDOUX (2019)	<i>A resource - based approach to performance and competition : An overview of the connections</i>	<i>"The analysis of competition from a resource perspective opens up new and exciting avenues for research"</i> .	Variabel independen Resource based	Variabel dependen performance

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		<i>between resources and competition"</i>			
11.	Ni Wayan Priti Nirmala Dewi, Gede Suparna (2017) ISSN : 2302-8912	Peran Inovasi Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Industri Kain Endek	Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hasil penelitian ini memiliki arti bahwa diterapkannya orientasi kewirausahaan pada usaha kain endek di Kabupaten Klungkung akan mampu meningkatkan keunggulan bersaing industri tersebut	Variabel Independen Orientasi kewirausahaan Variabel Independen Keunggulan bersaing	Inovasi sebagai Variabel intervening
12.	Ardianus Laurens Paulus Petrus Setya Murdapa (2016)	Pemanfaatan Teori <i>Resource-Based View</i> Pada Ritel <i>Minimarket</i> : Implikasinya Terhadap Strategi Dan Keunggulan Bersaing	Secara teoritik, pandangan berbasis sumberdaya (RBV) sangat mutlak diperlukan di <i>minimarket</i> di kota Madiun. Pandangan berbasis sumberdaya dapat meningkatkan reputasi dan prestasi <i>minimarket-minimarket</i> tersebut.	Variabel independen <i>Resource based</i> Variabel dependen keunggulan bersaing	Variabel dependen strategi

2.2 Kerangka Pemikiran

Kondisi lingkungan bisnis yang semakin kompetitif pada konteks regional dan global menuntut pelaku usaha kecil di Kota Bandung, seperti *Kreative independent clothing komunity* (KICK) harus mendayagunakan sumberdaya secara inovatif dan proaktif guna memenangkan persaingan. Secara khusus realita eksistensi perkembangan usaha kecil dan usaha mikro di Kota Bandung merupakan gambaran aktual aktivitas bisnis usaha kecil dalam proses pencapaian keunggulan bersaing (*competitive advantage*) yang relatif sangat kompleks. Dilain

sisi perkembangan pesat aktivitas bisnis berdampak pada semakin tinggi persaingan yang berpotensi tidak menentunya keberhasilan dan keberlangsungan usaha. Persaingan sejenis di lingkungan sentra dan hadirnya produk impor mengakibatkan persaingan yang semakin kompetitif.

Usaha kecil dan usaha mikro akan bertahan dalam persaingan sebagai akibat dari perubahan lingkungan bisnis, apabila memiliki sumberdaya dan kapabilitas (RBV) yang dapat menciptakan sesuatu perbedaan dan memiliki karakteristik unik dibandingkan pesaingnya. Kapabilitas dan sumberdaya merupakan sumber keunggulan bersaing, kapabilitas merupakan kapasitas perusahaan untuk menggunakan sumberdaya yang diintegrasikan dengan tujuan untuk mencapai tujuan akhir perusahaan. Kondisi persaingan yang ketat mengharuskan para pelaku usaha *Kreative independent clothing komunity* (KICK) untuk menciptakan strategi-strategi bisnis, seperti strategi Resource Based View (RBV) dan meningkatkan orientasi kewirausahaannya, seperti lebih proaktif dalam membangun relasi bisnis, melakukan manajemen risiko. Selain itu, integrasi strategi RBV dan orientasi kewirausahaan dapat membantu meningkatkan kapabilitas usaha mereka dalam menciptakan keunggulan bersaing.

2.2.1 Hubungan/Pengaruh Strategi *Resource Based* Terhadap Keunggulan Bersaing

Menurut Defin shahrial Putra, Atim Djazuli (2011) menyatakan bahwa strategi *resource based* memiliki pengaruh langsung terhadap keunggulan bersaing usaha kecil menengah. Hasil ini bermakna bahwa strategi *resource based* merupakan variabel dalam pembentukan keunggulan bersaing produk yang

dihasilkan jika kombinasi antara sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki pelaku usaha tepat maka akan menghasilkan produk yang unggul. Terdapat hubungan yang signifikan antara strategi *resource based* yang dimiliki dengan keunggulan bersaingnya di mana dengan meningkatnya penguasaan strategi *resource-based* akan mempengaruhi secara langsung keunggulan bersaing usaha yang dijalankan. Strategi *resource-based* dalam penelitian ini dijabarkan ke dalam indikator pertanyaan yang terdiri dari sumberdaya dan kapabilitas, dari hasil pengujian *loading factor*, menunjukkan bahwa indikator tersebut merupakan indikator yang baik bagi variabel strategi *resource-based*.

Menurut Grant dalam Defin shahrial Putra, Atim Djazuli (2011) penggunaan sumber daya-sumber daya strategis yang terdiri dari aset *tangible dan intangible* serta kapabilitas yang dimiliki perusahaan merupakan kompetensi utama untuk memformulasikan dan mengimplementasikan strategi-strategi mereka.

Barney dalam Defin shahrial Putra, Atim Djazuli (2011) menyatakan bahwa kelangsungan atau keunggulan perusahaan tergantung pada sumber daya dan kapabilitas manajerial yang dimiliki, serta strategi yang dipilih dalam memberdayakan sumber daya tersebut untuk merespon ancaman dan peluang dari lingkungan bisnisnya. Jadi, penguasaan, atau keunggulan perusahaan tergantung pada pengelolaan dan pengembangan sumber daya strategis yang dimiliki perusahaan dapat digunakan untuk merumuskan dan menentukan strategi bersaing dengan tepat dalam rangka mencapai keberhasilan usaha

2.2.2 Hubungan/Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing

Menurut Frees dalam Ni Wayan Priti Nirmala Dewi, Gede Suparna (2017) orientasi kewirausahaan adalah kunci untuk meningkatkan keunggulan bersaing. didukung oleh penelitian Mahmood dan Hanafi (2013) yang menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Namun, terdapat perbedaan pada hasil penelitian Djodjoko dan Tawas (2014) yang menyatakan terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan pada variabel orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing. Perusahaan yang pemimpinnya berorientasi wirausaha memiliki visi yang jelas dan berani untuk menghadapi resiko sehingga mampu menciptakan kinerja yang baik.

Menurut Defin shahrial Putra, Atim Djazuli (2011) mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh langsung orientasi kewirausahaan yang terdiri dari sikap inovatif, proaktif dan pengambilan risiko yang dimiliki pelaku usaha memiliki pengaruh langsung terhadap peningkatan keunggulan bersaing. Secara empiris hasil penelitian ini membuktikan bahwa sikap inovatif pelaku usaha kain sasirangan yang dicerminkan melalui aktivitas yang proaktif untuk menemukan pasar baru, pengembangan pengetahuan dan informasi bisnis, sasarannya dapat mengeksplorasi serta mengembangkan ide baru untuk diaplikasikan dalam aktivitas bisnis. Sikap proaktif tersebut secara teknis tergambar dari aktifitas pelatihan-pelatihan membentuk jaringan kerja sama dengan mitra khususnya instansi pemerintah daerah, hal ini guna memperluas pasar. Pelaku usaha memanfaatkan pengetahuan dan informasi terkait dengan usaha yang dijalankan,

dan selalu mengaplikasikan aktivitas pelayanan dengan memanfaatkan hubungan sosial/budaya lokal untuk menciptakan hubungan baik dengan pelanggan dan peningkatan nilai bagi pelanggan melalui hubungan kemitraan dapat meningkatkan keunggulan bersaing.

2.2.3 Hubungan/Pengaruh Strategi Resource Based dan Orientasi

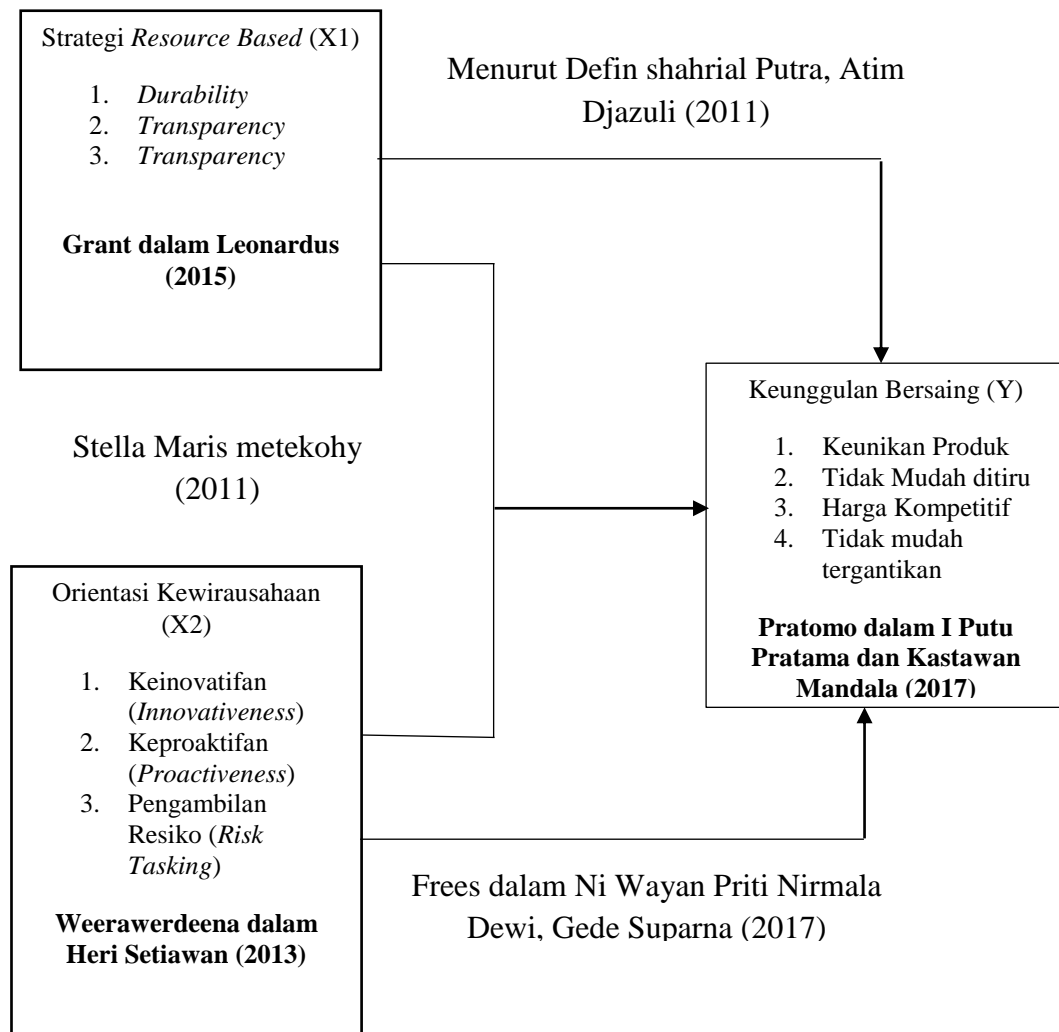
Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing

Menurut penelitian Stella Maris metekohy (2011) penerapan strategi Resource Based View (RBV) yang menekankan pada optimalisasi sumberdaya dan kapabilitas usaha serta orientasi kewirausahaan yang dimiliki para pelaku bisnisnya mampu meningkatkan keunggulan kompetitif suatu usaha. Pembuktian tersebut ditunjukkan dari hasil uji hipotesis bahwa sumber daya berbasis RBV dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hasil penelitian ini sejalan dengan kajian yang dilakukan Hashim *et al.*

Menurut Stella Maris Metekohy (2011) mengungkapkan bahwa peningkatan strategi *resource-based* dan orientasi kewirausahaan dapat meningkatkan daya saing usaha kecil dan usaha mikro etnis Maluku, maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian mengungkapkan aspek strategi *resource-based* dan orientasi kewirausahaan yang baik dapat meningkatkan daya saing usaha kecil dan usaha mikro etnis Maluku. Unsur-unsur budaya (agama/kepercayaan, moral/ etika, adat-istiadat, perilaku/kebiasaan (norma) masyarakat dan sistim nilai) sangat penting dan diperlukan untuk mencapai keberhasilan bisnis, dan berpengaruh terhadap daya saing.

2.3 Paradigma Penelitian

Paradigma Penelitian Strategi Resource Based dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.4 Hipotesis

Menurut **Sugiyono (2017:64)** menjelaskan bahwa “hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan”.

Hipotesis dapat dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan fakta empiris yang didapatkan melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian. Berdasarkan permasalahan dari kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis yang dapat diambil adalah :

Sub Hipotesis:

- H1: Variabel Strategi *Resource Based* berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing Kick (*Kreative Independent Clothing Komunity*) secara parsial.
- H2: Variabel Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing Kick (*Kreative Independent Clothing Komunity*) secara parsial.

Hipotesis Utama:

Terdapat pengaruh positif antara Strategi *Resource Based* dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Kick (*Kreative Independent Clothing Komunity*) secara simultan.