

## **BAB II**

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

#### **2.1 Kajian Pusaka**

##### **2.1.1 Resource Based View**

###### **2.1.1.1 Pengertian Resource Based View**

Menurut L.R Rengkung (2015:10), “Resource-based view (RBV) merupakan suatu pendekatan strategi organisasi yang menganggap bahwa organisasi merupakan suatu kumpulan aset, sumberdaya dan kompetensi yang bersifat tangible dan intangible yang sulit untuk ditiru oleh pesaing dalam pasar. dan sebagai sumber keuntungan kompetitif”. Sedangkan menurut Barney dalam Putra dan Djazuli (2013:396), 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 bisnis”. Jadi, pengelolaan serta pengembangan dari sumberdaya yang dimiliki perusahaan akan digunakan untuk merumuskan dan menentukan strategi bersaing yang tepat untuk mencapai keunggulan bersaing perusahaan.

Menurut Ferreira et al., (2011:95), “keberhasilan perusahaan ditentukan oleh sumberdaya yang dimilikinya dan kapabilitas perusahaan yang mampu mengubah sumberdaya itu menjadi sebuah *economic benefit*. Sumberdaya perusahaan bisa berwujud (tangible) maupun tidak berwujud (intangible)”.

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan pengertian dari resource-based view adalah sudut pandang dalam melihat keragaman potensi yang dimiliki oleh sebuah perusahaan untuk memenangkan persaingan. Strategi Resource based view (RBV) juga merupakan proses peningkatan keunggulan bersaing dengan mengoptimalkan sumberdaya dan kapabilitas usaha.

#### **2.1.1.2 Kriteria Resource Based View yang harus dimiliki Perusahaan**

Sumberdaya perusahaan yang berharga, langka, imperfectly substitutable adalah sumber utama dari keunggulan kompetitif yang berkelanjutan untuk kinerja unggul yang berkelanjutan. Sumberdaya tersebut harus memenuhi kriteria “VRIN” agar dapat memberikan keunggulan kompetitif dan kinerja yang berkelanjutan sebagaimana dijelaskan dalam penelitian Tarigan dalam Fazariyah (2012:12) adalah sebagai berikut:

1. *Valuable* (V): Sumber daya akan menjadi berharga jika dapat memberikan nilai strategis pada perusahaan. Sumber daya memberikan nilai jika sumber daya tersebut membantu perusahaan dalam mengeksploitasi peluang pasar atau membantu mengurangi ancaman pasar. Tidak ada keuntungan memiliki sumber daya tersebut jika tidak menambah atau menaikkan nilai perusahaan.
2. *Rare* (R): Sumber daya harus sulit ditemukan diantara pesaing yang ada maupun pesaing potensial. Oleh karena itu sumber daya harus langka atau unik agar memberikan keunggulan kompetitif. Sumber daya yang dimiliki oleh beberapa perusahaan di pasar tidak dapat memberikan keunggulan kompetitif, karena mereka tidak dapat merancang dan melaksanakan strategi bisnis yang unik di bandingkan kompetitor lain.

3. Imperfect Imitability (I): sumber daya dapat menjadi dasar keunggulan kompetitif yang berkelanjutan hanya jika perusahaan yang tidak memegang sumber daya ini tidak bisa mendapatkan mereka atau tidak dapat meniru sumber daya tersebut.
4. Non-substitusi (N): non-substitusi sumber daya menunjukkan bahwa sumber daya tidak dapat diganti dengan alternatif sumber daya lain. Disini pesaing tidak dapat mencapai kinerja yang sama dengan mengganti sumber daya dengan sumber daya alternatif lainnya.

#### **2.1.1.3 Indikator Resource Based View**

Menurut Grant dalam L.R Rengkung (2015:10), 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 produk setelah diproduksi.
2. Transparency, yaitu keterbukaan dari setiap sumberdaya yang terlibat dalam perusahaan.
3. Transferability, yaitu mengkomunikasikan segala hal yang bersangkutan dalam proses produksi, seperti kemudahan dalam bergerak dari satu tempat ke tempat lain dalam kegiatan produksi.

#### **2.1.2 Orientasi kewirausahaan**

##### **2.1.2.1 Pengertian Orientasi Kewirausahaan**

Lumpkin dan Dess dalam Cynthia dan Hendra (2014:1216), “Orientasi kewirausahaan merupakan sistem nilai perusahaan yang nantinya menentukan arah

gerak atau strategi perusahaan”. Menurut Porter dalam Iva Yustisia (2016:41), bahwa “Orientasi kewirausahaan dapat diartikan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam market place yang sama”. Sementara itu pengertian lain disebutkan oleh Lestari (2019:113), yang mengemukakan “Orientasi kewirausahaan memiliki keunggulan dalam menghadapi faktor internal dan eksternal perusahaan, sehingga lebih mampu mengelola faktor-faktor tersebut menjadi strategi yang bermanfaat bagi perusahaan agar terdapat perubahan yang memberi diferensiasi dibanding kompetitor”.

Diana (2017:19), menyatakan bahwa: “Orientasi kewirausahaan adalah arah atau tujuan yang akan dicapai oleh para wirausaha dengan segala strategi yang akan dilakukan dengan gagasan yang inovatif, kreatif untuk berkompetisi dalam dunia usaha”. Sedangkan menurut Ahmad (2018:16), “Orientasi Kewirausahaan diartikan sebagai kemampuan pemimpin dan perusahaan dalam mengeksplorasi pasar, kemampuan perusahaan untuk mengambil risiko dan beroperasi secara inovatif, proaktif”. Kondisi lingkungan yang dapat berubah dengan cepat dan perkembangan teknologi informasi mengharuskan para wirausaha untuk lebih bijak dalam menentukan suatu kebijakan atau perubahan.

Berdasarkan pemaparan beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan pengertian dari orientasi kewirausahaan adalah kemampuan untuk mendaya gunakan sumberdaya dengan menerapkan kreativitas dan inovasi dalam sebuah usaha dalam rangka menuju kesuksesan yang memiliki nilai tambah berupa manfaat bagi diri sendiri dan orang lain.

### **2.1.2.2 Ciri seseorang yang Berorientasi pada Kewirausahaan**

Dalam bukunya Sanawiri dan Iqbal (2018:16), menjelaskan bahwa ciri dari seorang wirausaha yang berorientasi pada kewirausahaan antara lain:

1. Memiliki motif berprestasi tinggi yang mana hal ini bertujuan untuk membentuk mental yang ada dalam diri seorang wirausaha untuk selalu lebih unggul dan mengerjakan segala sesuatu melebihi standar yang ada.
2. Memiliki perspektif ke depan agar dapat membuktikan apakah ia berhasil atau tidak dengan mengingat kata kunci yaitu SMART yang berarti harus spesifik dan jelas, terukur, dapat dicapai, berdasarkan realitas, dan memiliki jangka waktu dalam mencapai tujuan tersebut.
3. Memiliki kreatifitas dan inovasi tinggi yang lebih dari nonwirausaha dan memiliki kemampuan mengubah hasil inovasi menjadi permintaan.
4. Memiliki komitmen terhadap pekerjaan guna meneguhkan arah tujuan kerja dan memastikan keinginan mewujudkan impian dapat tercapai.
5. Memiliki tanggung jawab dengan indikasi untuk disiplin, penuh komitmen, bersungguh-sungguh, jujur, berdedikasi tinggi, dan konsisten.
6. Memiliki kemandirian dengan mengoptimalkan segala daya upaya yang dimiliki sendiri. Jiwa mandiri akan pandai dalam memanfaatkan potensi diri tanpa harus diatur oleh orang lain.
7. Memiliki keberanian menghadapi risiko sehingga ketika pengambilan risiko di perhitungkan dengan baik akan lebih banyak memberikan peluang keberhasilan.

8. Selalu mencari peluang akan membuat wirausaha piawai dalam menangani berbagai persoalan yang dihadapi suatu usaha.
9. Memiliki jiwa kepemimpinan yang merupakan faktor penting untuk dapat memenuhi kinerja orang lain, memberikan sinergi yang kuat demi tercapainya suatu tujuan.
10. Memiliki kemampuan manajerial untuk mampu menggunakan tenaga dan waktu orang lain untuk mencapai impiannya.
11. Memiliki kemampuan personal atau kemampuan individu masing-masing dari seorang wirausaha.

### **2.1.2.3 Indikator Orientasi Kewirausahaan**

Berikut adalah indikator dari orientasi kewirausahaan menurut Lumpkin dan Dess dalam Cynthia dan Hendra (2014:1216):

1. Inovatif 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 apalagi pada usaha umkm seperti yang dijelaskan oleh Trustorini (2018:347), bahwa “inovasi produk dan proses inovasi masih sangat rendah di lingkungan bisnis kecil seperti umkm”.
2. Proaktif mengacu pada cara pandang ke depan dalam pengambilan inisiatif dengan mengantisipasi dan mengajar peluang baru dan berpartisipasi dalam pasar yang muncul.

3. Berani mengambil resiko adalah pengambilan tindakan tegas dengan mengeksplorasi hal yang tidak diketahui dalam mengalokasi sumber daya yang signifikan untuk usaha di lingkungan yang tidak pasti.

### **2.1.3 Keunggulan Bersaing**

#### **2.1.3.1 Pengertian Keunggulan Bersaing**

Definisi keunggulan bersaing menurut Styagraha dalam Putu et al., (2013:67) ialah sebagai berikut: “Keunggulan Bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan nilai lebih terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan”. Metekohy (2013:14), mengatakan bahwa “Keunggulan bersaing adalah proses dimana pelaku usaha mendayagunakan sumberdaya secara inovatif dan proaktif guna memenangkan persaingan pada kondisi lingkungan bisnis yang semakin kompetitif”. Menurut Leonardus (2015:4), “Keunggulan bersaing adalah suatu capaian organisasi/perusahaan yang bisa melebihi capaian kinerja para pesaingnya”. Organisasi harus menciptakan suatu keuntungan kompetisi yang tidak mampu ditiru oleh para pesaing, terlebih dalam menghadapi kondisi bisnis yang semakin mengglobal saat ini. Sedangkan menurut Lestari (2019:115), “keunggulan bersaing merupakan sekumpulan faktor kemampuan pelaku UMKM yang membedakan UMKM tersebut dari para pesaingnya dan memberikan posisi yang unik di pasar sehingga lebih unggul”.

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat disimpulkan pengertian dari keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan dalam memberi citra yang baik bagi output yang dihasilkan dibandingkan dengan output perusahaan lain.

### **2.1.3.2 Karakteristik Perusahaan yang memiliki Keunggulan Bersaing**

Menurut pendapat Glueck et al. dalam Diana (2016:23), suatu perusahaan dikatakan memiliki keunggulan bersaing jika mempunyai karakteristik sebagai berikut:

1. Kompetensi khusus, misalnya mempunyai produk dengan mutu yang lebih baik, mempunyai saluran distribusi yang lebih lancar, penyerahan produk yang lebih cepat, mempunyai merk produk lebih terkenal.
2. Menciptakan persaingan tidak sempurna. Dalam persaingan sempurna, setiap perusahaan dapat masuk dan keluar pasar dengan mudah sehingga perusahaan yang ingin mencari keunggulan bersaing harus keluar dari pasar persaingan sempurna.
3. Keberlanjutan, artinya keunggulan bersaing harus dapat berlanjut dan tidak terputus-putus.
4. Cocok dengan lingkungan eksternal. Lingkungan eksternal memberikan peluang dan ancaman kepada perusahaan yang saling bersaing. Oleh karena itu suatu keunggulan bersaing tidak hanya melihat kelemahan pesaing, namun juga harus memperhatikan kondisi pasar.
5. Laba yang diperoleh lebih tinggi daripada rata-rata laba perusahaan lain.

### **2.1.3.3 Cara untuk meraih Keunggulan Bersaing Perusahaan**

Menurut David (2011:9), keunggulan bersaing dapat diraih secara berkelanjutan dengan cara:

1. Terus-menerus beradaptasi pada perubahan dalam tren serta kegiatan eksternal dan kemampuan, kompetensi, serta sumberdaya internal.



2. Efektif merumuskan, menerapkan, dan menilai berbagai strategi yang semakin menguatkan faktor-faktor tersebut.

#### 2.1.3.4 Indikator Keunggulan Bersaing

Menurut Leonardus (2015:10), terdapat beberapa indikator dalam menciptakan keunggulan bersaing, yaitu:

1. Keunikan, produk yang diproduksi haruslah unik dan berkualitas tinggi.
2. Strategi handal, artinya penggunaan strategi bisnis yang tepat harus dilakukan.
3. Nilai organisasi, artinya perusahaan harus bisa memiliki tempat di benak konsumen dengan memberikan produk yang sesuai dengan harapan konsumen.

#### 2.1.4 Penelitian Terdahulu

Selanjutnya untuk mendukung penelitian ini, dapat di sajikan daftar penelitian terdahulu dan teori yang sudah dijabarkan atau dikemukakan sehingga dapat membedakan dari penelitian ini:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Stellamaris Metekohy (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)	Strategi resource-based view yang dimediasi oleh orientasi kewirausahaan dapat meningkatkan daya saing usaha	Variabel Penelitian	Unit analisis dan jenis usaha yang di teliti

2	Iva Yustisia (2016), ISSN: 2086-0455	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Sentra Susu Lembang)	orientasi kewirausahaan memberikan pengaruh signifikan paling dominan terhadap keunggulan bersaing	Variabel X1 dan Y	Variabel X2 dan Unit Analisis
3	Putra D S, Djazuli A. (2011), ISSN: 1693-5241	Pengaruh Strategi Resource-Based terhadap Keunggulan Bersaing yang Dimediasi oleh Orientasi Kewirausahaan (Studi pada Usaha Kecil Menengah Sasirangan Kota Banjarmasin)	Sumberdaya dan kapabilitas yang membentuk strategi resource based memberikan kontribusi dalam memajukan pertumbuhan usaha kecil dan menengah melalui orientasi kewirausahaan yang dimiliki.	Persamaan variabel X1 dan Y	Unit analisis yang diteliti
4	Riza. Aji dan Gendut. (2014), ISSN: 1693-5241	Analisis Perumusan Strategi Keunggulan Kompetitif Bisnis Pakan Ternak melalui Pendekatan Resource Based View (Studi Kasus PT Mabar Feed Indonesia)	Sebagian besar sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki perusahaan hanya mampu memberikan keunggulan kompetitif yang sifatnya sama dengan kompetitornya, namun terdapat beberapa sumber daya dan kapabilitas yang mampu memberikan keunggulan kompetitif	Variabel RBV dan Keunggulan Bersaing	Metode Penelitian

5	Lestari, I., Astuti, M., & Ridwan (2019), ISSN 2527-7502	Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner	orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Hal ini menunjukkan bahwa semakin pelaku UMKM kuliner menerapkan orientasi kewirausahaan terhadap usahanya maka keunggulan bersaing terhadap usaha tersebut akan meningkat.	Variabel X2 dan Y	Variabel Pengaruh Inovasi dan Unit Penelitian
6	Mohammed R. Yaseen Zeebaree, Rusinah Bt. Siron. (2017), ISSN: 2146-4405	The impact of entrepreneurial orientation of competitive advantage moderated by financing support in SMEs	Orientasi kewirausahaan sebagai alat penting untuk mengeksplorasi dan memanfaatkan peluang.	variabel orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing	Keunggulan bersaing dimoderasi oleh keuangan umkm
7	Ferreira, João J.; Garrido Azevedo, Susana; Fernández Ortiz, Rubén (2011), ISSN: 1131-6837	Contribution of Resource-Based View and Entrepreneurial Orientation on Small Firm Growth	RBV dan Orientasi Kewirausahaan memiliki kemampuan untuk mendorong pertumbuhan wirausaha dan mengembangkan lebih banyak kemampuan serta memanfaatkan sumberdaya untuk mencari kompetensi baru.	Variabel indeviden	Analisis terhadap objek yang bersifat umum

8	Ratno Purnomo (2011)	Resource Based View dan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan: Sebuah Telaah Kritis Terhadap Pemikiran Jay Barney (1991).	Resource Based View secara mendasar menyatakan bahwa sumberdaya yang bernilai, langka atau unik, sulit ditiru dan tidak ada penggantinya dapat menciptakan keunggulan bersaing bagi perusahaan dengan asumsi dasar heterogenitas dan immobility sumberdaya tersebut.	Variabel X1 dan Y	Membahas kembali teori terdahulu
9	Elisabeth Baia, João J Ferreira & Ricardo Rodrigues (2019), ISSN: 1477-8238	Value and rareness of resources and capabilities as sources of competitive advantage and superior performance	Pentingnya karakteristik sumberdaya / kemampuan untuk keberhasilan organisasi.	Sumberdaya untuk keunggulan bersaing	Memiliki dua variabel terpengaruh

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Sumberdaya perusahaan merupakan faktor yang sangat penting dan perlu diperhatikan. Ada sumber daya *tangible* (bewujud) dan *intangibile* (tak bewujud). Suatu tindakan perlu dilakukan untuk mempertahankan keunggulan bersaing dari usaha ini dengan menyediakan sumber daya bewujud seperti bahan baku yang berkualitas dan mengolah bahan baku dengan baik sehingga produk yang dihasilkan memiliki ketahanan (*durability*) untuk hasil yang optimal, kemudian keterbukaan dalam proses operasional yang baik (*transparency*) akan mempermudah unit usaha dalam melakukan kegiatan operasional, dan kemudahan dalam proses pemindahan prosuk (*transferability*) untuk efisiensi waktu yang digunakan demi mendapatkan harga penawaran yang sesuai kondisi pasar dengan menerapkan sebuah strategi

bisnis dengan melakukan pendekatan mengenai *resource* apa saja yang dimiliki perusahaan untuk ditingkatkan agar bisa memberikan pengaruh dalam mempertahankan keunggulan bersaing.

Serta orientasi kewirausahaan dari seorang pemilik usaha yang merupakan salah satu faktor untuk mendapatkan hasil yang optimal dari sumberdaya yang dimiliki untuk melakukan inovasi produk baru atau pembaruan produk yang sudah ada demi tercapainya keunggulan bersaing perusahaan. Pengusaha harus bisa membaca situasi saat ini melalui sikap proaktifnya untuk kelangsungan hidup perusahaan dengan rasa tanggung jawab yang tinggi dimana banyak unit bisnis yang tutup karena dampak dari pandemi Covid-19.

Keunggulan bersaing tidak dapat dipahami dengan memandang perusahaan sebagai suatu keseluruhan, melainkan berasal dari banyak aktivitas berlainan yang dilakukan oleh perusahaan dalam persediaan bahan baku, memproduksi, memasarkan, menyerahkan, dan mendukung produknya. Produk yang menjadi ikon penjualan perusahaan harus unik dengan ciri khas tertentu yang tidak dimiliki oleh pesaing, mampu mengimplementasikan strategi yang handal, serta mampu menciptakan nilai bagi organisasi agar menghasilkan tingkat keuntungan diatas rata-rata. Mengingat situasi terdampak Covid-19 yang terjadi saat ini, masing-masing aktivitas ini bisa mendukung posisi perusahaan untuk tetap eksis dan bisa menciptakan dasar untuk differensiasi.

Dari tindakan tersebut akan diperoleh sebuah kemungkinan dimana pendekatan sumberdaya yang digunakan dengan menggunakan sumberdaya potensial perusahaan disertai dengan sikap pemilik yang berorientasi pada

keunggulan usaha akan membantu dalam kegiatan operasional dan produksi, menghasilkan output yang optimal serta dengan menyediakan sarana dan prasarana yang terjamin akan menciptakan rasa loyal dari stakeholder.

### **2.2.1 Keterkaitan resource-based view terhadap keunggulan bersaing**

Menurut Putra & Djazuli (2011:396) dalam penelitiannya 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”.

### **2.2.2 Keterkaitan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing**

Menurut Iva Yustisia (2016:49), “Orientasi kewirausahaan dalam hal sikap inovatif, proaktif pengambilan resiko dapat meningkatkan daya saing UMKM. Orientasi kewirausahaan dapat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing karena beberapa indikator orientasi kewirausahaan yang salah satunya keberanian mengambil resiko, akan sangat berpengaruh pada persaingan bisnis karena dalam keberanian mengambil resiko terdapat kemampuan melihat peluang dan tentu saja pengusaha harus berani untuk mengambil peluang tersebut walaupun beresiko”. Keterkaitan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing dibuktikan oleh penelitian Mega Usvita (2014:36) yang menyatakan bahwa “orientasi

kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing”. Orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh para pelaku usaha dapat menciptakan keunggulan bersaing, karena dengan jiwa entrepreneurship yang dimiliki mampu meningkatkan motivasi dalam menjalankan bisnisnya.

### **2.2.3 Keterkaitan resource-based view dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing**

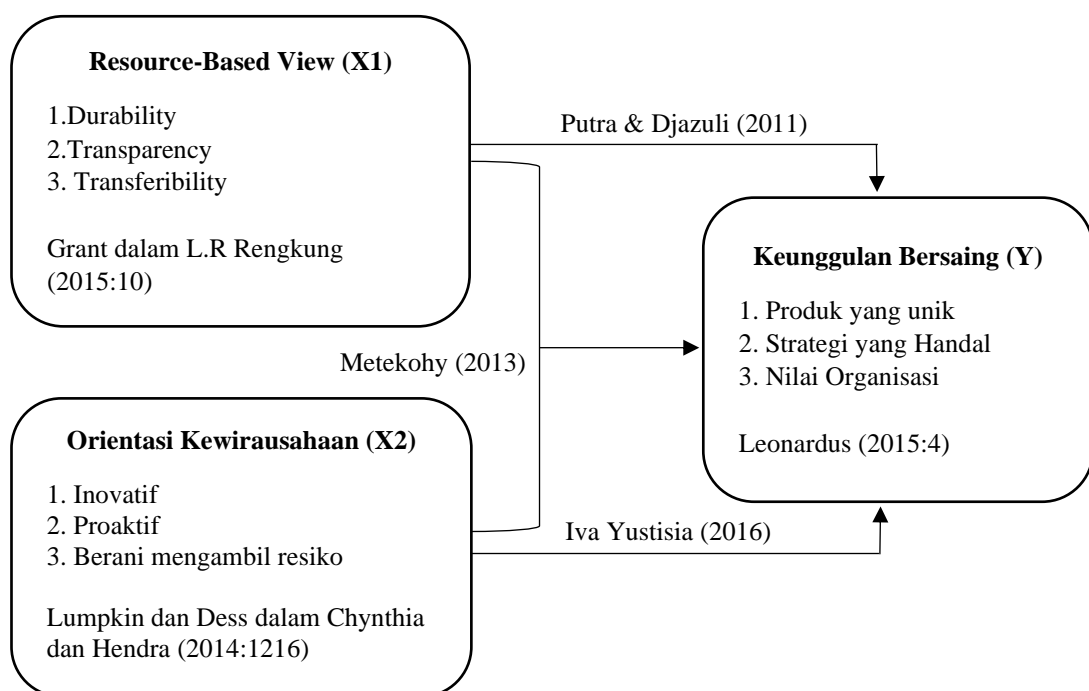
Metekohy (2013:19), pada hasil penelitiannya membuktikan bahwa “Penerapan strategi Resource Based View (RBV) yang menekankan pada optimalisasi sumberdaya dan kapabilitas usaha serta orientasi kewirausahaan yang dimiliki para pelaku bisnisnya mampu meningkatkan keunggulan kompetitif suatu usaha. Pembuktian tersebut ditunjukkan dari hasil uji hipotesis bahwa sumber daya berbasis RBV dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing”.

Dalam penelitian yang dilakukan Putra & Djazuli (2011:397), “Orientasi kewirausahaan dapat dijadikan sebagai variabel mediasi antara strategi resource based terhadap keunggulan bersaing, ketika sumberdaya yang dimiliki pelaku usaha dengan adanya sikap yang inovatif, proaktif dan berani mengambil risiko dapat membuat sumberdaya yang dimiliki semakin berkembang atau dapat menghasilkan berbagai macam motif-motif yang bervariasi sehingga akan beda dengan pesaing”. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh strategi resource-based 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. Keunggulan bersaing yang berkelanjutan dapat diwujudkan melalui upaya optimalisasi pemanfaatan sumberdaya strategis yang dimiliki serta dikendalikan.

#### 2.2.4 Paradigma Penelitian

Berikut ini adalah skema paradigma dari penelitian ini:



**Gambar: 2.1**  
**Skema Paradigma Penelitian**

#### 2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2011:64) menjelaskan tentang hipotesis sebagai berikut: “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap 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. Jadi hipotesis juga dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik”.

Hipotesis penelitian dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul dan harus diuji secara empiris.

Berdasarkan uraian dari kerangka pemikiran, maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Sub Hipotesis:

- Terdapat pengaruh resource based view terhadap keunggulan bersaing pada usaha produksi agar-agar rumput laut Majalengka.
- Terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada usaha produksi agar-agar rumput laut Majalengka.

Hipotesis Utama:

- Terdapat pengaruh resource based view dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada usaha produksi agar-agar rumput laut Majalengka.