BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Aliansi strategis

2.1.1.1 Pengertian Aliansi strategis

Menurut Sri dan Idham (2006) dalam AA Willy Nugraha (2011:22) Aliansi Strategis merupakan:

> "Suatu konsep kerjasama yang berisikan beberapa muatan yang sifatnya operasional dalam bisnis".

Sedangkan menurut Ely (2009) dalam artikelnya, Aliansi strategis adalah:

> "Hubungan formal antara dua atau lebih kelompok untuk mencapai satu tujuan yang disepakati bersama ataupun memenuhi bisnis kritis tertentu yang dibutuhkan masing-masing organisasi secara independen".

Berdasarkan definisi tersebut, maka aliansi strategis merupakan kerjasama antar perusahaan dengan menggabungkan sumber daya yang dibutuhkan dari kedua perusahaan atau lebih untuk mencapai tujuan bersama.

2.1.1.2 Tipe Aliansi Strategis

Menurut Ely (2009) terdapat beberapa tipe dalam penerapan aliansi strategis yang diaplikasikan, diantaranya:

1. *Joint venture* adalah aliansi strategis dimana dua atau lebih perusahaan menciptakan perusahaan yang independen dan legal untuk saling berbagi

sumber daya dan kapabilitas dengan mengkombinasikan sebagian aktiva mereka untuk mengembangkan keberhasilan usaha.

2. *Equity strategic alliance* adalah aliansi strategis dimana dua atau lebih perusahaan memiliki persentase kepemilikan yang dapat berbeda dalam perusahaan yang dibentuk bersama namun mengkombinasikan semua sumber daya dan kapabilitas untuk mengembangkan keberhasilan usaha.
3. *Nonequity strategic alliance* adalah aliansi strategis dimana dua atau lebih perusahaan memiliki hubungan kontraktual untuk menggunakan sebagian sumber daya dan kapabilitas unik tanpa berbagi ekuitas untuk mengembangkan keberhasilan usaha.
4. *Global Strategic Alliances*, adalah kerjasama secara partnerships antara dua atau lebih perusahaan lintas negara dan lintas industri.

Ely juga menjelaskan beberapa aplikasi aliansi strategis berdasarkan tingkat bisnis, perusahaan, internasional, dan strategi aliansi jaringan kerja yaitu:

a. Strategi Aliansi Tingkat Bisnis
    1. Aliansi Komplementer, dirancang untuk mengambil keunggulan dari peluang-peluang pasar dengan mengkombinasikan aktiva-aktiva dari perusahaan-perusahaan yang menjadi mitra dengan cara-cara yang saling melengkapi untuk menciptakan nilai baru.
        - Aliansi Strategis Komplementer Vertikal.
        - Aliansi Komplementer Horisontal.
    2. Strategi Pengurangan Persaingan, dalam banyaknya persaingan, banyak perusahaan berusaha untuk menghindar dari persaingan yang

merusak atau berlebihan. Salah satunya adalah dengan kolusi implisit atau toleransi mutual.

3. Strategi Tanggapan Persaingan, perusahaan menggabungkan kekuatan untuk merespon tindakan stratejik pesaing lain.
4. Strategi Pengurangan Ketidakpastian, aliansi strategis juga digunakan untuk mempertahankan diri dari risiko dan ketidakpastian khususnya dalam pasar-pasar siklus cepat.

b. Strategi Aliansi Tingkat Perusahaan

Dirancang untuk memfasilitasi diversifikasi pasar dan produk.

1. Aliansi Strategis Diversifikasi. Memungkinkan suatu perusahaan untuk memperluas ke produk atau wilayah pasar baru tanpa melakukan merger atau akuisisi.
2. Aliansi Strategis Sinergistik. Menciptakan ruang lingkup ekonomi bersama antara dua atau lebih perusahaan.
3. Waralaba. Merupakan salah satu alternatif dalam diversifikasi yang merupakan strategi kerja sama berdasarkan relasi kontraktual.

c. Strategi Aliansi Internasional

Alasan menggunakan aliansi internasional :

1. Perusahaan multinasional memiliki kinerja yang lebih baik daripada perusahaan yang hanya beroperasi secara domestik saja
2. Peluang-peluang untuk tumbuh melalui akuisisi atau aliansi terbatas dalam negara asal perusahaan tersebut
3. Kebijakan pemerintah

4. Membantu sebuah perusahaan yang mentransformasi dirinya sendiri dalam kondisi-kondisi lingkungan yang berubah dengan cepat

d. Strategi Aliansi Jaringan Kerja

Jenis strategi jaringan kerja antara lain:

1. Jaringan Aliansi Stabil. Memiliki siklus pasar dan permintaan yang mudah diprediksi.
2. Jaringan Aliansi Dinamis. Basis dalam penggunaan strategi jaringan dalam industri dimana inovasi teknologi cepat diperkenalkan secara berkala.
3. Jaringan Aliansi Internal. Dibentuk dalam sebuah perusahaan yang memfasilitasi koordinasi produk dan keragaman global.

2.1.1.3 Indikator Aliansi Strategis

Adapun indikator aliansi strategis menurut Sri dan Idham (2006) adalah sebagai berikut:

1) Aspek distribusi manfaat dan biaya, yaitu berkenaan dengan pendistribusian atau pembagian manfaat dan pengeluaran (biaya) yang digunakan oleh masing-masing perusahaan dalam beraliansi.
2) Efisiensi, yaitu kapasitas waktu dan biaya yang dikeluarkan dalam proses operasional perusahaan, dan mencakup penempatan SDM yang sesuai.
3) Aspek Risiko, yaitu berkenaan dengan pembagian dan pengendalian risiko yang berpotensi dimiliki oleh perusahaan yang beraliansi.
4) Transparansi, yaitu tingkat transparansi sistem kerjasama antara kedua belah pihak.

5) Keterpaduan Sistem, yaitu tingkat penggunaan dan penggabungan sistem yang di-sharing-kan oleh pihak-pihak yang beraliansi.
6) Aturan main, yaitu tingkat kejelasan dalam aturan main dalam beraliansi
7) Keseimbangan hak dan kewajiban, yaitu terjadinya tingkat keadilan antara pemberian hak dan kewajiban antara perusahaan.

2.1.2 Lokasi Usaha

2.1.2.1 Pengertian Lokasi

Lokasi usaha jasa memiliki sifat distribusi (menawarkan barang/jasa mendekati konsumen) dengan demikian cenderung memilih lokasi usaha yang dekat dengan konsumen yang membutuhkan usaha jasanya Manullang, 1973: 76 (dalam Indra Feriansyah, Rizal R. dan Manullang Aslinda, 2015: 30).

Sedangkan menurut Fathoni (2016:22) "Salah satunya penentu dalam bisnis adalah menentukan lokasi tempat untuk bisnis. Lokasi usaha yang nyaman, aman, bersih, ramai, dan mudah di jangkau merupakan beberapa kriteria lokasi yang diminati oleh banyak konsumen".

Tarigan (2005) dalam **Eko Budi Santoso (2012:10)** menyebutkan bahwa lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (spatial order) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidikialokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungannya dengan ataupengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi maupunsosial.

Lokasi yang memiliki kriteria yang sesuai dengan harapan pelanggan adalah lokasi yang dapat menjawab sejauh mana sebuah jasa mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian. "Lokasi berpengaruh terhadap dimensi – dimensi

stratejik, seperti fleksibilitas, competitive positioning, manajemen permintaan, dan fokus stratejik." Fitzsimmons (1994) dalam Ramdhani (2014:3).

2.1.2.2. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Sebuah Lokasi

Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi antara lain: lingkungan masyarakat, ketersediaan sumber alam, tenaga kerja, kedekatan dengan pasar, ketersediaan transportasi, pembangkit tenaga serta ketersediaan tanah untuk perluasan usaha. Lingkungan masyarakat adalah kesediaan dari masyarakat di suatu daerah untuk menerima segala konsekuensi baik konsekuensi positif maupun konsekuensi negatif didirikannya suatu tempat usaha di daerah tersebut merupakan suatu syarat untuk dapat atau tidaknya didirikannya usaha di daerah tersebut. "Tingkat kepadatan penduduk dan karakteristik masyarakat menjadi faktor penting dalam mempertimbangkan lokasi usaha. Basis perekonomian yang tersedia seperti: potensi pertumbuhan, industri daerah setempat, fasilitas keuanga dan fluktuasi karena faktor musiman di daerah sekitar harus diperhatikan juga dalam pemilihan lokasi usaha." Harding (1978) dalam Fu'ad (2015:59).

Menurut Utami (2010:145) dalam Rukismono (2013:55), masalah - masalah yang membuat suatu lokasi tertentu memiliki daya tarik secara spesifik, yaitu aksesibilitas dan keuntungan secara lokasi sebagai pusatnya:

1. Aksesibilitas

   Adalah suatu kemudahan bagi konsumen untuk datang atau masuk dan keluar dari lokasi tersebut. Analisis ini memiliki dua tahap yaitu:

- Analisis makro, untuk menaksir aksesibilitas lokasi pada tingkat makro ritel secara bersamaan mengevaluasi beberapa faktor seperti pola - pola jalan, kondisi jalan dan halangan - halangan.
- Analisis mikro, berkonsentrasi pada masalah sekitar lokasi, seperti visibilitas, arus lalu lintas, parkir, keramaian, dan jalan masuk atau jalan keluar.

2. Keuntungan secara lokasi dalam sebuah pusat

   Lokasi yang lebih baik memerlukan biaya yang lebih ritel harus mempertimbangkan kepentingan mereka. Pada dasarnya konsumen ingin berbelanja dimana mereka menemukan sejumlah variasi barang dagangan yang lengkap.

2.1.2.3. Indikator Lokasi Usaha

Lokasi menjadi faktor keberhasilan usahan, oleh sebab itu lokasi menjadi salah satu penentu dalam menjalankan maupun mengawali usaha. Menurut Tjiptono (2010:48), indikator dari lokasi adalah sebagai berikut:

1. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
3. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan. Misalnya usaha fotocopy yang berdekatan dengan daerah kampus, sekolah, dan perkantoran.

4. Persaingan, yaitu lokasi pesaing. Sebagai contoh, dalam menentukan lokasi restoran, perlu dipertimbangkan apakah dijalan/daerah yang sama terdapat restoran lainnnya.
5. Peraturan pemerintah, misalnya ketentuan yang melarang rumah makan berlokasi terlalu berdekatan dengan pemukiman penduduk/tempat ibadah

2.1.3. Kompetensi Wirausaha

2.1.3.1 Pengertian Kompetensi Wirausaha

Agar mencapai kesuksesan karir di dalam suatu bisnis tentunya tidaklah mudah, ada banyak hal yang harus diketahui dan dikuasai oleh pelaku bisnis tersebut. Menurut Fithri dan Amanda (2012 : 280) kompetensi diartikan sebagai pengetahuan, keterampilan dan kemampuan individu yang langsung berpengaruh pada kinerja. Sehingga dapat diartikan bahwa wirausaha yang sukses adalah seseorang yang memiliki ilmu pengetahuan, keterampilan dan kualitas individu yang meliputi sikap, nilai, serta tingkah laku yang diperlukan untuk melaksakanan pekerjaan atau kegiatan.

2.1.3.2 Jenis-Jenis Kompetensi Wirausaha

Menurut Scarborough, dalam Heru,(2009:38), kompetensi wirausaha terbagi 10 yaitu:

1. Kenali bisnis anda, seorang wirausaha dalam melakukan kegiatan usaha harus mengetahui dengan jelas bisnis apa yang dilakukan sekarang dan prospek di masa depan. Beberapa pertanyaan yang harus mampu dijawab wirausaha yang berhubungan dengan bisnisnya:

a. Apa produk kita sekarang dan masa mendatang?
b. Siapa dan bagaimana konsumen kita?
c. Siapa pesaing kita, dan apa yang ia lakukan?
d. Berada di mana usaha kita dibanding perusahaan produk sejenis?
e. Bagaimana cara membangun kompetensi di masa depan?

2. Mengetahui dasar manajemen bisnis, pengetahuan dasar manajemen bisnis merupakan pengetahuan yang harus dan benar-benar dimiliki oleh wirausaha agar unggul. Wirausaha yang unggul membutuhkan pengetahuan manajemen, seperti: bagaimana melakukan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, staffing, pengkoordinasian, evaluasi serta pengendalian. Di samping pengetahuan manajemen, wirausaha sangat membutuhkan pengetahuan operasional perusahaan, seperti: keuangan, pemasaran produk, pengelolaan tenaga kerja, berproduksi, serta catatan akuntansi dan informasi.
3. Memiliki sikap yang pantas, sifat, sikap yang baik harus dimiliki oleh wirausaha. Wirausaha dalam melakukan kegiatan selalu berhubungan dengan pihak lain di mana pihak lain tersebut memilki kepentingan terhadap kelangsungan usaha. Pada masa kini dan masa depan wirausaha harus mau dan mampu berlaku etis dan memiliki rasa tanggung jawab sosial guna kelangsungan hidup usaha di masa depan.
4. Memiliki modal yang cukup, wirausaha adalah manajer dalam arti memilki kemampuan dalam mengelola usaha. Kemampuan mengelola keuangan merupakan hal yang sangat penting guna kelangsungan hidup

usaha. Kemampuan medatangkan modal sangat ditentukan keahlian wirausaha dalam mengevaluasi sumber-sumber pendanaan dan juga pengalaman di bidang keuangan.

5. Mengatur keuangan secara efisien, wirausaha yang unggul ketika mampu mengelola keuangan dengan efektif. Wirausaha yang mampu mencari sumber pendanaan yang paling murah (*cost of capital rendah*), mampu melakukan investasi terhadap dana yang tersedia (rate of return lebih besar dari *cost of capital*), mampu membuat penganggaran, serta mampu memanfaatkan keuntungan usaha dengan tepat. Tidak kalah pentingnya adalah kemampuan untuk mencatat kegiatan operasional setiap hari secara akuntansi, sehingga setiap aktivitas bisa dipertanggung jawabkan secara otentik.
6. Mengatur waktu secara efisien, wirausahawan harus mampu mengelola waktu dengan baik. Adakalanya produk, pemesanan, job dan kegiatan di luar bisnis cukup tinggi sejalan dengan banyaknya kolega. Kemampuan membuat time schedule dan menepati merupakan hal yang sangat dibutuhkan untuk menjaga hubungan baik dengan kolega.
7. Mengelola orang lain , sejalan dengan meningkatnya bisnis, hubungan antara karyawan, dengan orang lain, pihak luar, masyarakat semakin tinggi. Kompleksitas perilaku karyawan, tuntutan kebutuhan, gaya hidup membutuhkan kemampuan untuk mengelola orang dengan lebih baik. Landasan bisnis adalah kemampuan karyawan yang terlatih dengan baik dan termotivasi. Perhatian terhadap penempatan tenaga kerja, penggajian,

bonus, promosi, kesejahteraan karyawan dan keluarga sangat dibutuhkan untuk menjaga rendahnya perputaran karyawan.

8. Memuaskan pelanggan dengan menyediakan produk berkualitas tinggi, wirausaha yang unggul mengajarkan bahwa barang dan jasa yang berkualitas tinggi sangat penting dalam mempertahankan persaingan. Manfaat yang didapat dengan menghasilkan produk yang berkualitas tinggi tidak hanya mengurangi bentuk kerusakan, tetapi juga meninngkatkan produktivitas, meningkatkan kepuasan konsumen, semakin rendahnya biaya, menjaga citra baik perusahaan.
9. Mengetahui bagaimana cara bersaing, persaingan yang sehat, mampu menjaga kemitraan sangat dibutuhkan bagi kelangsungan bisnis di masa depan. Wirausaha harus mengetahui siapa pesaingnya, memiliki kemauan dan kemampuan untuk bagaimana berkompetisi dengan lebih baik, berdasarkan norma etika dan tanggung jawab sosial. Ahli pemasaran Keegan (1996) mengungkapkan bahwa 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.
10. Membuat aturan/ pedoman yang jelas tersurat, aturan yang jelas dan formal sangat dibutuhkan bagi pertanggung jawaban kegiatan dan kelangsungan hidup bisnis. Aturan-aturan pekerjaan, aturan ketenagakerjaan, skedul kerja, jalur dan rantai pekerjaan harus jelas dan konsisten.

Menurut Mitchelmore (2009 : 100), kompetensi wirausaha terbagi 6, yaitu:

1. Mengidentifikasi dan mendefinisikan ceruk pasar yang layak
2. Mengembangkan produk layanan yang tepat bagi perusahaan
3. Menghasilkan ide
4. Mampu mengenali lingkungan
5. Mengenali manfaat peluang
6. Mampu membuat strategi untuk memanfaatkan peluang

Menurut Heru (2009 : 41), disebutkan juga bahwa kompetensi wirausaha terbagi menjadi 7, antara lain:

1. Kompetensi hubungan antar manusia, kompetensi wirausaha yang 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, masyarakat
2. Kompetensi teknik, kompetensi wirausaha yang berhubungan dengan teknik, cara, bahan serta tenaga kerja yang menghasilkan berang dan jasa yang dihasilkan perusahaan
3. Kompetensi marketing, kompetensi wirausaha yang berkaitan dengan kemampuan wirausaha di bidang pemasaran produk. Kemampuan ini mencakup keahlian melakukan riset pasar, memilih strategi pemasaran, mengkombinasikan bauran pemasaran yang menguntungkan
4. Kompetensi keuangan, kompetensi wirausaha dalam mengelola keuangan, terutama mencari sumber pendanaan yang paling murah, menggunakan

dan menginvestasikan dana yang menguntungkan, membuat anggaran yang tepat dan membagi laba atas keuntungan usaha dengan memuaskan semua pihak yang berkepentingan

5. Kompetensi konseptual, kompetensi yang dimiliki oleh wirausahawan yang berhubungan dengan kemampuan untuk membuat konsep kegiatan, event, produk yang baik. Konsep tersebut apabila dijalankan dapat berhasil
6. Kompetensi dalam pengambilan keputusan, kompetensi yang dimiliki oleh wirausahawan yang berkaitan dengan kemampuan untuk mengambil keputusan dengan tepat. Wirausaha selalu berhubungan dengan aktivitas yang berisiko, ketidak pastian lingkungan, maka dibutuhkan keahlian dalam pengambilan keputusan yang tepat, terukur dan menguntungkan.
7. Kompetensi dalam mengatur waktu, kompetesi yang dimiliki oleh wirausahawan yang berhubungan dengan kemampuan mengatur waktu dengan efisien.

Sedangkan menurut Wu dalam Fithri dan Amanda (2012 : 280), beberapa kompetensi yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha adalah:

1. Kemampuan menganalisis secara sistematis
2. Kemampuan untuk mengambil peluang dan mengelola sumber yang ada
3. Kemampuan untuk menemukan kebutuhan internal dan eksternal dari konsumen
4. Kemampuan untuk belajar dan meningkatkan kompetensi yang dimiliki
5. Kemampuan berkomunikasi

2.1.3.3.Indikator Kompetensi Wirausaha

Ada tiga indikator yang mendukung Kompetensi kewirausahaan diartikan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan individu yang langsung berpengaruh pada hasil, karena wirausaha selalu berorientasi pada hasil. Suryana (2006:5) dalam Mohammad Rizky (2015) tercapainya kompetensi wirausaha dalam penelitian ini, yaitu :

1. Proaktif

   Kemampuan inisiatif dan bertindak langsung pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya

2. Berani mengambil risiko

   Kemampuan pelaku usaha untuk berani mengambil risiko dan menghadapi tantangan dalam mengambil keputusan

3. Berorientasi pada masa depan

   Kemampuan pengusaha dalam memiliki cara pandang/cara pikir yang berorientasi pada masa depan usahanya.

2.1.4. Keberhasilan Usaha

2.1.4.1. Pengertian Keberhasilan Usaha

Seperti yang kita ketahui bahwa keberhasilan usaha tidak mungkin diraih dengan begitu saja, tetapi harus melalui beberapa tahapan. Menurut Suryana (2011:38) mengemukakan bahwa untuk menjadi wirausaha atau jadi pengusaha yang sukses pertama-tama harus memiliki ide atau visi bisnis (*business vision*) kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko baik waktu

maupun uang. Langkah selanjutnya yang sangat penting adalah dengan membuat perencanaan usaha, mengorganisasikan dan menjalankannya.

Menurut Ranto (2007:20) keberhasilan berwirausaha tidaklah identik dengan seberapa berhasil seseorang mengumpulkan uang atau harta serta menjadi kaya, karena kekayaan bisa diperoleh dengan berbagai cara sehingga menghasilkan nilai tambah. Berusaha lebih dilihat dari bagaimana seseorang bisa membentuk, mendirikan, serta menjalankan usaha dari sesuatu yang tadinya tidak berbentuk, tidak berjalan atau mungkin tidak ada sama sekali. Seberapa pun kecilnya ukuran suatu usaha jika dimulai dari nol dan bisa berjalan dengan baik maka nilai berusahanya jelas lebih berharga daripada sebuah organisasi besar yang dimulai dengan bergelimang fasilitas.

Menurut Suryana (2003:285) dalam Fitria Lestari adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuanya. Menurut Hendry Faizal Noor (2007:397) dalam Fitria Lestari mengungkapkan bahwa keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis untuk mencapai tujuanya.

2.1.4.2.Teori – Teori Keberhasilan usaha

Tidak dapat disangkal lagi bahwa berkesinambungan hidup perusahaan sangatsangat bergantung pada ketahanan wirausaha dalam meraih keberhasilan usaha melalui strategi yang dimilikinya. Beberapa teori yang dikemukakan oleh para ahli ekonomi dan manajemen modern mengenai cara meraih keberhasilan usaha yaitu:

1. Teori *resource based strategy* dari Mahoney dan pandian

Teori ini menggambarkan bahwa untuk meningkatkan keberhasilan usaha berskala kecil dan daya saingnya para pengusaha dituntut untuk mengembangkan sumber daya internal secara superior, yang tidak transparan, sukar ditiru, inovatif dan memiliki strategi harga yang baik serta member daya saing jangka panjang (futuristic) yang kuat dan melebihi tuntutan masa kini di pasar dan situasi eksternal yang bergejolak. Untuk memperoleh keuntungan yang berkesinambungan perusahaan harus mencari dan menumbuhkan kapabilitas khiusus dari semua sumber daya yang mungkin belum dimanfaatkan secara optimal dan dapat diubah menjadi peluang produktif yang unik, melalui pencarian ide-ide baru atau wawasan manajemen yang lebih luas secara terus menerus.Menurut teori ini perusahaan yang berhasil meraih keuntungan dikarenakan menggunakan sumber daya yang lebih baik misalnya pola organisasi dan administrasi.Perpaduan asset fisik tangible (sumber daya manusia dan alam) dan asset intangible seperti kebiasaan berfikir kreatif termasuk kemahiran manajerial.budaya perusahaan, proses kerja dan penyesuaian yang cepat atas tuntutan baru. (J.T. Mahoney dan J.R. Pandian 1992 :jurnal volume.13 No.5). Teori ini dinilai potensial untuk memelihara keberhasilan usaha suatu perusahaan kecil ketika berada dalam kondisi eksternal yang bergejolak seperti krisis ekonomi yang berkepanjangan seperti di Indonesia beberapa waktu lalu.Dari teori berbasis sumber daya tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam konteks persaingan bebas seperti

saat ini.Wirausaha harus menggunakan strategi pengelolaan usahanya dimana sumber daya internal yang paling penting adalah wirausaha.

2. Teori kompetensi Inti dari D'Aveni (1994)

Dalam konteks persaingan bebas yang semakin dinamis seperti sekarang ini .perusahaan harus menekankan pada strategi pengembangan kompetensi inti (building corecompetency), yaitu pengetahuan dan keunikan untuk menciptakan keunggulan. Menurut D'Aveni (Suryana 2006:124), keunggulan tersebut diciptakan melalui the new 7-S Strategy (The New 7- S's), yaitu:

a) *Superior stakeholder satisfaction*, yaitu mengutamakan kepuasan stakeholder.
b) *Strategic sooth saying*, yaitu merancang strategi yang membuat kejutan atau mencengangkan.
c) *Position for speed*, yaitu posisi untuk mengutamakan kecepatan.
d) *Position for surprise*, yaitu posisi untuk mengutamakan kejutan.
e) *Shifting the role of the game*, strategi untuk mengadakan perubahan atau pergeseran peran yang dimainkan.
f) *Signaling Strategic intent*, yaitu mengindikasikan tujuan dari strategi.
g) Simultaneous and sequential strategic thrust, pergerak/ pendorong strategi yaitu membuat rangkaian secara simultan dan berurutan.Kunci utama the new 7-S's adalah menggunakan inisiatif untuk merebut persaingan. The new 7-S's Strategy menyangkut

penciptaan sesuatu yang baru dan berbeda untuk masa yang akan datang.

Berdasarkan pandangan para ahli di atas, jelas menunjukan bahwa kelangsungan hidup perusahaan baik kecil maupun besar pada umumnya sangat tergantung pada pemberdayaan sumber daya yang dimilikinya. Sumber daya yang dikelola secara maksimal dan optimal, akan sangat bermanfaat.

2.1.4.3. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha

Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha. Menurut Zimmerer dalam (Fenny FD,2007:8) faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah :

a. Prilaku Kewirrausahaan
b. Keterampilan
c. Latar Belakang Pendidikan
d. Kualitas Pelayanan

Selain itu menurut Tulus Tambunan (2002:14) ada banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha baik dari faktor internal maupun eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah

a. Kekuatan Modal
b. Kualitas SDM
c. Penguasaan Teknologi
d. Sistem Manajemen
e. Jaringan Bisnis dengan pihak luar

f. Tingkat Enterpreneurship

Sedangkan faktor Eksternal yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah :

a. Kebijakan Ekonomi
b. Sistem Perekonomian
c. Sistem Perburuhan dan kondisi perburuhan
d. Tingkat Pendidikan Masyarakat
e. Lingkungan Global

Dari faktor-faktor diatas yang dinilai dominan dalam mempengaruhi keberhasilan usaha mikro adalah faktor internal yaitu tingkat kewirausahaan yang akan membentuk prilaku kewirausahaan dari pengusaha untuk mengelola usahanya menggunakan cara-cara yang berbeda dan lebih efisien guba menunjang keberhasilan usaha yang inggin dicapai. Seperti kita kitahui, pada usaha-usaha mikro pemilik merangkak sebagai menejer dan juga pekerjax sehingga peran usaha itu sangat menentukan dalam mengelola usahanya, untuk itu dibutuhkan kewirausahaan yang tinggi yang ditandai oleh prilaku kewirausahaan yang positive yang dimiliki oleh pengusaha sebagai dasar pengelolaan usahanya.

Faktor internal yang lainya seperti kekuatan modal, penguasaan teknologi sebagai system dan system manjemen akan berkaitan erat dengan kualitas SDM dan juga kemampuan kewirausahaan dalam mengelola semua aspek tersebut.selanjutnya jarinagan bisnis yang luas memberikan peluang kepada perusahaan untuk menghasilakn output produksi yang tinggi.

2.1.4.4.Indikator Keberhasilan Usaha

Menurut Suryana (2009:85) indikator Keberhasilan Usaha sebagai berikut:

a. Modal

   Uang yg dipakai sbg pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dsb; harta benda (uang, barang, dsb) yg dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yg menambah kekayaan.

b. Pendapatan

   Jumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari aktivitasnya, kebanyakan dari penjualan produk dan/atau jasa kepada pelanggan.

c. Volume penjualan

   Jumlah penjualan yang berhasil dicapai atau yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu

2.1.5 Penelitian Terdahulu

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

Tabel 2.1

Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Ratna Kusumawati	Pengaruh karakteristik pimpinan dan aliansi strategis baru terhadap kinerja perusahaan untuk mencapai Keberhasilan usaha dan kelanjutan	Hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa aliansi strategis baru berpengaruh pada kinerja karyawan dan juga berpengaruh pada Keberhasilan usaha berkelanjutan.	Aliansi strategis di jadikan sebagai salah satu variable independen	Karakteristik pimpinan di jadikan salah satu variable independen

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
2	Ginanjar Soendro	Analisis pengaruh aliansi strategis melaui kinerja pemasaran untuk mencapai Keberhasilan usaha berkelanjutan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aliansi strategis dapat ditingkatkan dengan meningkatkan orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi lintas fungsi. Selanjutnya, aliansi strategis yang semakin tinggi akan mempengaruhi kinerja pemasaran dan selanjutnya meningkatkan keberhasilan usaha berkelanjutan	Aliansi strategis di jadikan sebagai salah satu variable independen	Terdapat variable moderator yaitu kinerja pemasaran
3	Bambang Hermanto	Pengaruh lokasi usaha,karakteristik bisnis terhadap strategi bisnis dan kinerja usaha industry kecil di Sulawesi utara	Lokasi usaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap strategi bisnis usaha industry kecil	Lokasi usaha di jadikan sebagai salah satu variable independen	Memeakai dua variable dependen yaitu startegi bisnis dan kinerja usaha
4	Ifrina Nuritha	Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha TerhadapTingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember dengan Sistem Informasi Geografis	Analisis secara spasial menunjukkan bahwa kedekatan lokasi dengan perguruan tinggi serta tingginya kepadatan dan pendapatan per kapita penduduk berpengaruh terhadap tingkat keberhasilan usaha minimarket waralaba di Kabupaten Jember.	Lokasi Usaha dan keberhasilan usaha dijadikan variable dalam penelitian	Perusahaan yang di teliti adalah perusahaan maralaba atau ritle
5	Surono	Analisis pengaruh penetapan harga,lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian	Penetapan harga,lokasi,dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian	Lokasi di jadikan sebagai salah satu variable independen	Perusahaan yang di teliti adalah perusahaan maralaba atau ritle
6	Fitria Lestari	Pengaruh jiwa kewirausahaan dan kreatifitas terhadap keberhasilan usaha pada sentra industry rajutan binong jati Bandung	Jiwa kewirausahaan dan kreativitas secara bersama-sama memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap keberhasilan usaha sentra industri rajutan di Binongjati bandung	Lokasi penelitian sama-sma di sentra rajut Binongjati Bandung	Jiwa kewirausahaan dan kreatifitas di jadikan variable independen
7	Eko Budi Setiawan	Analisis pengaruh nilai teknologi informasi terhadap keberhasilan usaha perusahaan (Studi kasus	Bahwa sistem E-Tiketing PT.Kereta Api Indonesia tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan yang dalam hal ini adalah pengguna jasa	Keberhasilan usaha di jadikan varible dependen	Nilai teknologi informasi di jadikan varible independen

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
		pemanfaatan E-Tiketing terhadaployalitas pengguna jasa kereta Api	kereta Api.		
8	Putu Sukarmen	Analisis pengaruh aliansi strategis terhadap kepuasan konsumen dengan Keberhasilan usaha sebagai variable	Setiap perusahaan dalam menghasilkan produknya dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi	Keberhasilan usahadi jadikan variable dependen	Aliansi strategis di jadikan variable independen
9.	Pamela	Kompetensi Kewirausahaan Dengan Keberhasilan Usaha Peternak Sapi Perah Pujon, Malang	Kompetensi kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keberhasilan usaha.	Kompetensi wirausaha sebagai variabel independen dan Keberhasilan usaha sebagai variable dependen	Penelitian di lakukan pada peternak sapi
10	Jayanthi Octavia	Pengaruh Sikap Kewirausahaan Dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha	Sikap Kewirausahaan dan Kompetensi secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keberhasilan Usaha. Artinya Sikap Kewirausahaan dan Kompetensi secara parsial menentukan optimasi dalam keberhasilan usaha Produsen Sepatu pada Sentra Industri Cibaduyut Bandung.	Kompetensi wirausaha sebagai variabel independen dan Keberhasilan usaha sebagai variable dependen	Terdapat Variabel Sikap Kewirausahaan Sebagai Variabel Independen
11.	Rajkumar Gautam	Succses determination bay innovation: a teoritikcal approach in marketing	Creating company web-site, e-marketing and online selling would put the business on the front. Generating new ideas for the revenue and cost cutting will further help the organization to compete in the fierce competition more efficiently and effectively. Hence, marketers need to adopt new ideas in all aspects of business for survival and growth.	Inovasi di jadikan variable independen	Inovasi dalam bidang pemasaran bukan produk

2.2. Kerangka Pemikiran

Keberhasilan perusahaan akan lebih mudah dicapai dengan beberapa faktor tersebut. Selain itu peran hasil dari keberhasilan usaha ini juga perusahaan akan mampu menjaga eksistensi dalam rangka mempertahankan dan mengembangkan bidangnya. Keberhasilan usaha tidak hanya di lihat dari produk yang dihasilkannya, melainkan penilaiannya dari segala aspek baik itu internal maupun eksternal di dalam perusahaan itu sendiri Dalam pelaksanaannya tentu akan banyak rintangan untuk mewujudkan nilai keberhasilan usaha ini. Oleh sebab itu perusahaan harus siap dan mampu dalam menghadapi semua resiko yang akan terjadi.

Aliansi strategis merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha. Aliansi strategis sebagai alternatif dalam membangun keunggulan bersaing, serta dalam membangun kinerja perusahaan mampu menjadi strategi andalan dalam menghadapi persaingan bisnis ini. Dengan melakukan kerja sama, kedua perusahaan yang beraliansi memiliki prospek dan tujuan bersama, juga tujuan masing-masing, kerja sama yang dijalin dengan perusahaan-perusahaan penyedia sumber daya manusia ataupun bahan baku dan instansi-instansi dapat meningkatkan kinerja perusahaan, baik itu dalam produksi, pemasaran bahkan dapat meningkatkan omzet. Dengan melakukan aliansi strategis, maka perusahaan juga bisa melakukan transfer pengetahuan dan dapat melakukan sharing sehingga terciptanya pembelajaran dalam organisasi/ perusahaan. Pasalnya dengan beraliansi terjadi pencampuran sumber daya antara

masing-masing perusahaan, sehingga keterbatasan sumber daya, pengetahuan dan lain sebagainya dapat saling melengkapi guna mencapai tujuan aliansi.

Faktor lain yang mendukung keberhasilan usaha yaitu faktor lokasi, di karenakan faktor lokasi sangat berpengaruh karena memiliki peran bagi pelaku bisnis. Lokasi yang di pilih oleh sebuah perusahaan sebaiknya mempertimbangkan tempat yang strategis dengan konsumennya, atau pun dengan ketersedian bahan baku bagi perusahaan. Konsumen cenderung akan memilih lokasi usaha yang mudah di jangkau oleh para konsumen itu sendiri. Lokasi dapat mempengaruhi keberhasilan usaha karena perusahaan dengan lokasi yang strategis dan mudah di akses oleh konsumen lebih unggul atau berhasil di banding perusahaan yang lokasinya sulit di akses oleh konsumen.

2.2.1. Keterkaitan Antara Aliansi strategis terhadap Keberhasilan usaha

Dalam aliansi strategis, tiap-tiap unit usaha yang terlibat memiliki harapan atau cita-cita yang sama untuk mengandalkan sumber daya, minat, dan kapabilitas yang dimiliki oleh mitranya Suatu strategi harus didesain untuk mewujudkan keberhasilan usaha yang terus-menerus (*sustainable competitive advantages*) sehingga suatu unit usaha dapat mendominasi pasar lama ataupun pasar baru.

Melalui aliansi strategis, suatu unit usaha dapat membangun koalisi dengan unit usaha setempat sehingga akan meminimalisasi kemungkinan terjadinya risiko. Dengan hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anang Hidayat (2013) menyatakan bahwa adanya keterkaitan antara variabel aliansi strategis terhadap keberhasilan usaha pada setiap perusahaan.

2.2.2 Keterkaitan Antara Lokasi Usaha terhadap Keberhasilan usaha

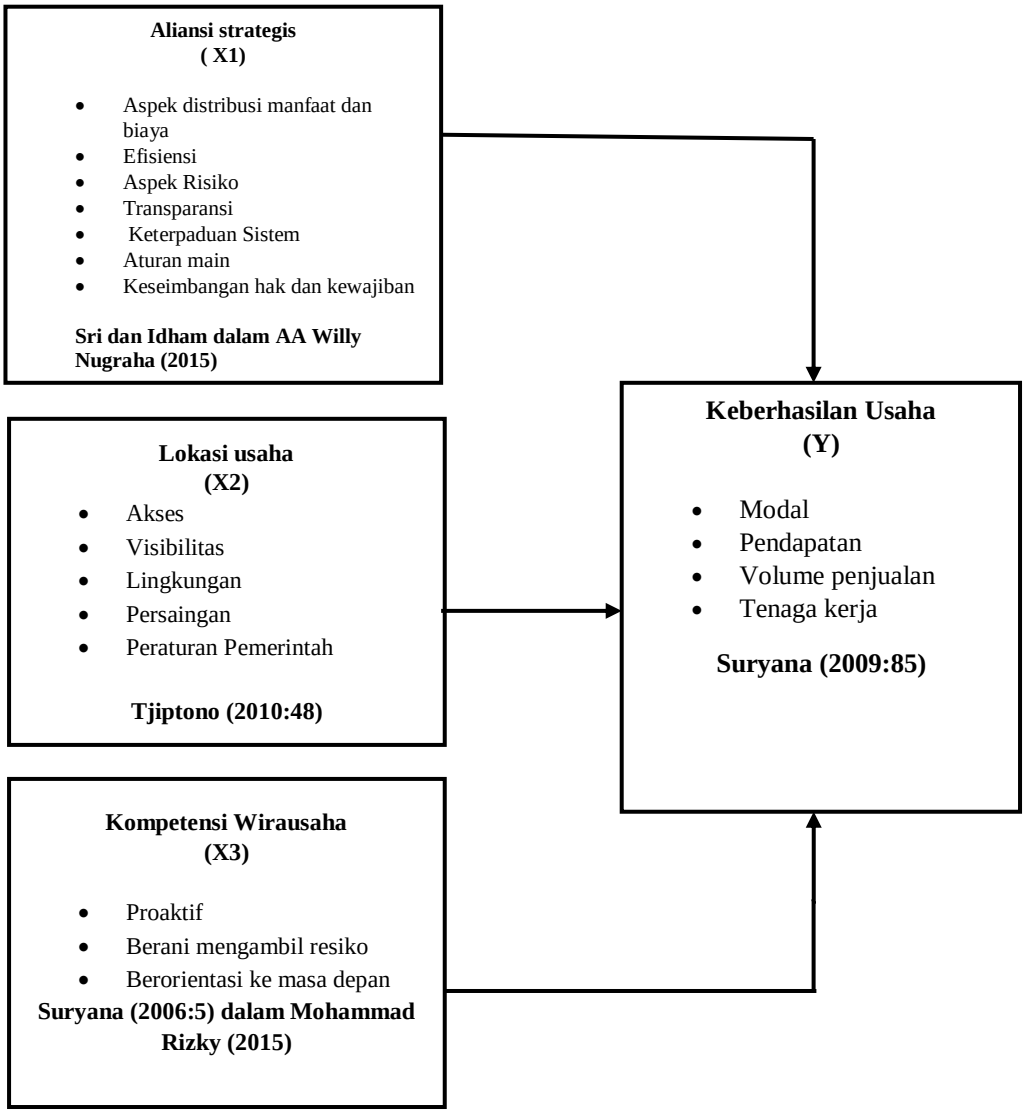
Dalam perkembangannya lokasi usaha sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha usaha dikarenakan dengan lokasi yang strategis akan memacu perusahaan untuk memacu usahanya agar bisa lebih berkembang sehingga menciptakan persaingan yang sehat di antara setiap pengusaha.

Keterkaitan lokasi usaha secara parsial terhadap keberhasilan usaha usaha dibuktikan oleh penelitian Angga Reksa Nugraha (2010) dimana lokasi usaha secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha usaha.

2.2.3 Keterkaitan Antara Kompetensi Wirausaha terhadap Keberhasilan usaha

Kompetensi seorang wirausaha sangatlah dibutuhkan dalam mencapai suatu keberhasilan usaha sedangkan pengertian Wirausaha secara umum adalah orang yang terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupannya, sangat jelas bahwa kompetensi berdampak pada keberhasilan usaha.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pamela (2016:28) Kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (Tabel 8). Semakin tinggi kompetensi kewirausahaan semakin tinggi keberhasilan usaha. Dengan demikian, semakin tinggi kompetensi kewirausahaan baik di bidang strategik, teknis, maupun kepemimpinan, semakin tinggi keberhasilan usaha.



Gambar 2.1
Paradigma Pemikiran

2.3 Hipotesis

Menurut **Sugiyono (2008:93)** hipotesis penelitian merupakan dugaan sementara terhadap rumusan penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum pada fakta-fakta empiris yang dipeoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakansebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum

diketahui jawaban yang empirik. Dan berdasarkan kerangka pemikiran teoritis yang telah diganbarkan diatas maka hipotesis akan diuji dalam penelitian ini:

H_1 : Aliansi strategis memiliki pengaruh terhadap Keberhasilan usaha pada Sentra Tahu Cibuntu Bandung.

H_2 : Lokasi usaha memiliki pengaruh terhadap Keberhasilan usaha usaha pada Sentra Tahu Cibuntu Bandung.\

H_3 : Kompetensi Wirausaha memiliki pengaruh terhadap Keberhasilan usaha usaha pada Sentra Tahu Cibuntu Bandung.