

MENCIPTAKAN KEUNGGULAN BERSAING USAHA KECIL MENENGAH KULINER KOTA BANDUNG

Wa Ode Zusnita Muizu, Anggun Dwi Aprina Guel & Umi Kaltum

Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Padjadjaran

Email: waode.zusnita@unpad.ac.id, anggunguel@gmail.com & umi.kaltum@unpad.ac.id

ABSTRACT

The growth of the culinary business continues to experience growth. The number continues to increase from year to year. This situation certainly has an increasingly tight competition level. Especially at this time, where the industry has been moving towards digitalization, which has caused the challenges of business competition and the workforce to become more dynamic and changing, which causes almost all of the work's character to change as well. character and ability to work. This work ability is often referred to as competence. In order to survive in a business environment that is full of dynamics, a business actor needs to master many things ranging from technical skills, decision making, and human skills. Mastery of these competencies is often ignored by business actors, thus affecting the sustainability of their business. The purpose of this research is to study and analyze the competitive advantage of UKM in Bandung City Culinary through competence. This research was conducted on 114 entrepreneurial UKM UKM respondents in the City of Bandung using descriptive survey method using simple regression analysis. The results of data processing concluded that the competence had an effect of 69.4% on the formation of competitive advantage of SMEs in Bandung City Culinary.

Keywords : *Competence, competitive advantage, culinary, business*

LATAR BELAKANG PENELITIAN

Pertumbuhan bisnis kuliner saat ini terus mengalami perkembangan. Jumlahnya terus meningkat dari tahun ke tahun. Situasi ini tentunya berdampak pada tingkat persaingan usaha yang semakin ketat. Terlebih saat ini, dimana industri telah bergerak ke arah digitalisasi, yang menyebabkan tantangan persaingan usaha dan dunia kerja semakin dinamis dan terus berubah yang menyebabkan hampir semua karakter pekerjaan mengalami perubahan pula. Hal ini tentunya mewajibkan para tenaga kerja untuk terus mengembangkan diri dan beradaptasi dengan memperkuat karakter dan kemampuan kerjanya. Kemampuan kerja yang dimiliki ini sering disebut dengan kompetensi. Untuk dapat bertahan di lingkungan bisnis yang penuh dengan dinamika ini, seorang pelaku usaha perlu menguasai banyak hal mulai dari keterampilan teknis, pengambilan keputusan, dan *human skill*. Penguasaan terhadap kompetensi ini sering kali diabaikan oleh para pelaku usaha sehingga mempengaruhi keberlanjutan usahanya.

Keberadaan UKM memegang peranan penting dalam upaya menumbuh kembangkan perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi jumlah usaha, segi penciptaan lapangan kerja, maupun dari segi pertumbuhan ekonomi nasional yang diukur dengan Produk Domestik Bruto. Data yang diperoleh dari Dinas Koperasi dan UMKM tahun 2012 menunjukkan total nilai Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai Rp. 8.241,8 triliun seperti terlihat pada tabel 1.1. UMKM memberikan kontribusi sebesar Rp. 4.869,5 triliun atau 59,08% dari total PDB Indonesia. Jumlah populasi UMKM Indonesia pada tahun 2012 mencapai 56,53 juta unit usaha atau

99,99% terhadap total unit usaha di Indonesia, sementara jumlah tenaga kerjanya mencapai 107,65 juta orang atau 97,16% terhadap seluruh tenaga kerja Indonesia. Data tersebut menunjukkan bahwa peranan UMKM dalam perekonomian Indonesia sangat penting dalam menyediakan lapangan pekerjaan dan menghasilkan output yang berguna bagi masyarakat. Oleh karena itu, peran UKM di Indonesia sangatlah signifikan, karena dapat membantu pemerintah untuk menciptakan lapangan pekerjaan dan unit – unit kerja yang baru, sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. Banyaknya usaha diurutkan dari yang terbanyak adalah industri makanan dan minuman sebanyak 2.508 usaha (43,12%) (Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung, 2017).

Menurut Ali dalam Setyanti (2012), bisnis kuliner termasuk yang menjadi pilihan banyak orang, karena dianggap jenis bisnis yang lebih mudah dilakukan daripada bisnis lainnya. Hal ini dikarenakan makanan adalah kebutuhan dasar bagi manusia, jadi dengan berbisnis di bidang kuliner potensi untuk berhasil bisa lebih tinggi. Selain itu, saat ini masyarakat memandang kuliner bukan saja sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan makan saja, tetapi lebih dari itu, makanan kini sudah bertransformasi menjadi sebuah pemenuhan kebutuhan untuk berwisata juga. Sehingga wisata kuliner kini sangat digemari oleh masyarakat banyak, dan bisa menjadi faktor penting pendorong suksesnya sebuah usaha kuliner. Selanjutnya, untuk ketersediaan bahan baku pada industri kuliner ini terbilang cukup mudah untuk diperoleh serta cenderung tidak memerlukan banyak pegawai untuk memulainya. Namun disisi lain, usaha kuliner termasuk bisnis yang tergolong rumit karena membutuhkan banyak inovasi dan kreativitas yang berkelanjutan terlebih lagi di era globalisasi seperti sekarang ini, dimana pasar terus tumbuh dan bergerak sangat dinamis. Untuk itu, SDM dalam industri ini dituntut untuk memiliki pengetahuan dan ketrampilan guna meningkatkan produk kuliner yang dihasilkan, serta memiliki ciri khas yang unik dalam kemasan (Ginanjar, 2012).

Apabila melihat pada keadaan di lapangan, UKM makanan dan minuman di Kota Bandung masih memiliki banyak kendala untuk dapat bersaing pada pangsa pasar. Berdasarkan beberapa pengamatan, banyak UKM makanan dan minuman yang tidak mampu melanjutkan usahanya dan dapat dikatakan keberadaan usahanya tumbuh tidak menentu. Kondisi yang ada sering menunjukkan kelangsungan UKM memiliki ketidakberdayaan dan memprihatinkan, serta proporsi untuk menyelamatkan usaha serta ketahanan jangka panjang bahkan lebih kecil lagi. Di satu sisi penambahan jumlah UKM setiap tahunnya besar, namun di sisi lain peningkatan tersebut tidak diikuti dengan ketahanan yang kokoh untuk mempertahankan kelangsungan usahanya sehingga tidak lama kemudian banyak yang mengalami kebangkrutan (Sucherly, 2005).

Berbagai kendala dan hambatan senantiasa melingkupi keberlangsungan UKM makanan dan minuman di Kota Bandung, yang pada pokoknya bermuara pada aspek sumber daya manusianya. Penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan, Jalaludin dan Hastuti (2014) di kota Bandung mengungkapkan bahwa kompetensi adalah permasalahan yang dialami oleh para pelaku usaha kecil bidang kuliner di kota Bandung dan Cimahi. Pelaku UKM yang kompeten tentunya mempunyai motivasi yang tinggi untuk mengelola usahanya dengan baik, memiliki ilmu pengetahuan, keterampilan, dan kualitas individu yang baik pula, sebab untuk mencapai suatu keberhasilan usaha tidaklah mudah untuk dicapai apabila tidak diiringi dengan kemauan dan kemampuan untuk mencapainya. Ahmad et, al. (2010) mengemukakan bahwa kompetensi wirausaha dapat berpengaruh terhadap kesuksesan usaha itu sendiri, dan menambahkan lingkungan usaha sebagai faktor moderasi untuk mendukung kesuksesan wirausaha secara finansial dan non

finansial. Dengan demikian kompetensi wirausaha memiliki arti strategis dalam rangka menghasilkan peran dalam perekonomian dan pertumbuhannya sebagai suatu unit bisnis agar mampu berinteraksi dan bersaing dengan pelaku usaha lain. Berdasarkan uraian di atas maka identifikasi masalah penelitian ini adalah bagaimana kompetensi berpengaruh dalam menciptakan keunggulan bersaing pada UKM kuliner di Kota Bandung.

Adapun tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh kompetensi wirausaha dalam upaya menciptakan keunggulan bersaing UKM kuliner di Kota Bandung.

KAJIAN PUSTAKA

Kompetensi

Pengembangan Kompetensi merupakan salah satu unsur penentu upaya peningkatan kinerja UKM yang memberikan perspektif yang lebih tajam dan spesifik terhadap pekerja dan pekerjaannya. Kemampuan pelaku usaha kreatif dalam menyelenggaraan kegiatan manajemen SDM tergantung pada kapasitas manajemen dalam menghasilkan, mengubah dan mendayagunakan kompetensi SDM yang dibutuhkan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Kompetensi seorang individu merupakan sesuatu yang melekat dalam dirinya yang dapat digunakan untuk memprediksi tingkat kinerjanya. Kompetensi yang dimiliki karyawan secara individual harus mampu mendukung pelaksanaan strategi organisasi dan mampu mendukung setiap perubahan yang dilakukan manajemen.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kompetensi sumber daya manusia yang merupakan unsur penggerak industri kreatif, harus selalu digali, diasah, dan dikembangkan sehingga muncul pemikiran-pemikiran yang kreatif dan inovatif dalam pengembangan. Kompetensi yang harus dimiliki oleh para SDM kreatif dapat diperoleh melalui proses belajar dan pengalaman. Kompetensi tersebut meliputi Keahlian teknik (*technical skill*) Keahlian Konsep (*conceptual skill*) Keahlian mengelola SDM (*human skill*), yang didukung dengan kompetensi pengembangan usaha dan manajerial, kompetensi penguasaan IPTEK, kompetensi membangun networking, kompetensi pengembangan program penciptaan keunggulan persaingan usaha, kompetensi optimalisasi pelayanan, dan kompetensi dalam membangun etos kerja. Semua kompetensi tersebut, jika dikembangkan secara maksimal akan menjadi kekuatan yang besar dalam membangun industri kreatif yang berkualitas.

Menurut Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia No 045/U/2002 tentang kurikulum inti pendidikan tinggi, kompetensi adalah seperangkat tindakan cerdas, penuh tanggungjawab yang dimiliki seseorang sebagai syarat untuk dianggap mampu oleh masyarakat dalam melaksanakan tugas di bidang pekerjaan tertentu. Elemen-elemen kompetensi terdiri atas: 1) Landasan kepribadian, 2) Penguasaan ilmu dan keterampilan, 3) Kemampuan berkarya, 4) Sikap dan perilaku dalam berkarya menurut tingkat keahlian berdasarkan ilmu dan keterampilan yang dikuasai, 5) Pemahaman kaidah berkehidupan bermasyarakat sesuai dengan pilihan keahlian dalam berkarya.

Teece et al. (1997) melihat sumber daya sebagai "aset – aset khusus perusahaan yang sulit, yang mungkin tidak dapat ditiru, dimana kompetensi dihasilkan dari integrasi aset – aset khusus perusahaan." Kompetensi merupakan

kemampuan dan pengetahuan perusahaan yang menjadi dasar pemecahan masalah sehari – hari (Henderson and Cockburn, 1994).

Agar perusahaan mampu unggul bersaing dan mendapatkan keuntungan diperlukan kompetensi karyawan yang tinggi (Sengupta *et al*, 2013). Oleh karena itu, diperlukan instrumen pengukuran kompetensi agar perusahaan mampu mengukur tingkat kompetensi dari karyawannya. Man dan Lau (2005) berpendapat bahwa kompetensi wirausaha dasarnya terbagi menjadi dua bagian. Pertama mencakup unsur – unsur yang berkaitan dengan latar belakang pengusaha seperti sifat, kepribadian, sikap, citra diri, dan peran sosial. Kedua, bagian yang melibatkan komponen yang biasanya dapat dipelajari dari teori dan praktek seperti keterampilan, pengalaman dan pengetahuan. Namun, apabila mengacu kepada permasalahan yang ada di lapangan serta karakteristik objek penelitian yang diangkat, yaitu telah berdiri selama minimal tiga tahun, maka dimensi yang akan diangkat dalam penelitian ini hanyalah keterampilan, pengetahuan, dan pengalaman saja. Ketiga dimensi tersebut dipilih karena memiliki relevansi dengan keunggulan bersaing serta kondisi UKM kuliner di Kota Bandung yang menjadi objek pada penelitian ini. Selain itu, bagi seorang wirausaha yang menjadi motor penggerak bagi keberlangsungan UKM kuliner yang telah berdiri selama minimal tiga tahun, sudah barang tentu telah memiliki latar belakang wirausaha lainnya seperti sifat, kepribadian, sikap, citra diri, dan peran sosial di dalam dirinya. Oleh karena itu, pada penelitian ini dimensi yang akan diambil untuk dijadikan indikator penilaian kompetensi wirausaha UKM kuliner di Kota Bandung adalah keterampilan, pengetahuan, dan pengalaman.

Keunggulan Bersaing

Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama dalam memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga bersaing (Tjiptono, 2008). Untuk merancang penawaran pasar yang menghantarkan nilai lebih daripada pesaing yang berusaha memenangkan pasar yang sama, perusahaan harus memahami pelanggan dan mengembangkan hubungan yang kuat dengan pelanggan. Penawaran tersebut disebut juga dengan keunggulan bersaing (Kotler, 2010), dimana perusahaan memiliki keunggulan melebihi pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai yang lebih besar kepada konsumen daripada tawaran pesaing. Perusahaan perlu memahami pesaing sekaligus pelanggan melalui analisis untuk mencapai keunggulan bersaing tersebut. Menurut Lancaster (2004), keunggulan bersaing merupakan keuntungan yang diperoleh melalui penerapan strategi bersaing yang bertujuan untuk membangun posisi yang menguntungkan dan berkelanjutan terhadap kekuatan pasar yang menentukan persaingan industri.

Berdasarkan teori RBV tersebut, Barney (1991) mengembangkan *VRIN Framework* yang mendefinisikan karakteristik sumber daya yang harus dimiliki untuk memungkinkan tercapainya keunggulan bersaing, diantaranya: bernilai (*valuable*), merupakan kompetensi langka diantara perusahaan – perusahaan yang ada dan pesaing potensial (*rare*), tidak mudah ditiru (*inimitability*), dan tidak mudah digantikan (*non-substitutability*).

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif survey dengan analisis regresi sederhana. Populasi dalam penelitian ini adalah 238 wirausaha kuliner di Kota Bandung. Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan jumlah sampel 114.

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai sumber dan berbagai cara yaitu menggunakan data primer, dan data sekunder dengan kegiatan yang meliputi: Wawancara, Observasi, dan Kuesioner. Dalam penelitian ini data yang dihasilkan berupa persepsi, sikap atau pendapat. Untuk mengukur persepsi tersebut skala yang digunakan adalah skala Likert. Kegiatan pengujian instrumen penelitian meliputi dua hal, yaitu pengujian validitas dan reliabilitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi sederhana. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh X (Kompetensi) terhadap Y (Keunggulan Bersaing). Analisis ini digunakan karena penelitian ini hanya memiliki satu variabel *independent*. Analisis ini dapat memprediksi apakah terdapat hubungan linear atau tidak dan memprediksi sejauh apa perubahan nilai variabel *dependent* apabila nilai variabel *independent* berubah.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Profil Responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada 114 responden dalam hal ini adalah wirausaha UKM kuliner di Kota Bandung, diuraikan profil wirausaha UKM kuliner di Kota Bandung sebagai berikut :

Sebanyak 62 orang (54,4%) pemilik UKM Kuliner di Bandung berjenis kelamin laki-laki, sedangkan sebanyak 52 orang (45,6%) pemilik UKM Kuliner berjenis kelamin perempuan. Data tersebut menunjukkan pemilik UKM Kuliner di Kota Bandung sebagian besar berjenis kelamin laki-laki.

Usia wirausaha UKM Kuliner di Kota Bandung sebanyak 44 orang (38,6%) berusia dibawah 25 tahun, sebanyak 6 orang (4,2%) berusia antara 26 hingga 35 tahun, sebanyak 41 orang (36%) berusia 36 hingga 47 tahun dan sebanyak 23 orang (21,2%) berusia lebih dari 47 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik UKM Kuliner di Kota Bandung sebagian besar berusia kurang dari 25 tahun.

Pendidikan terakhir wirausaha UKM Kuliner di Kota Bandung sebanyak 45 orang (39,5%) mengenyam pendidikan SMA, sebanyak 10 orang (8,8%) mengenyam pendidikan D3, sebanyak 54 orang (47,4%) mengenyam pendidikan S1, dan sebanyak 5 orang (4,4%) mengenyam pendidikan S2. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa wirausaha UKM kuliner di Kota Bandung sebagian besar mengenyam pendidikan terakhir hingga Sarjana S1.

Status kepemilikan UKM Kuliner di Kota Bandung sebanyak 38 orang (33,4%) berstatus pemilik, sebanyak 3 orang (2,6%) berstatus pengelola, dan sebanyak 73 orang (64%) berstatus pemilik dan pengelola. Dari data tersebut dapat terlihat bahwa pemilik UKM Kuliner di Kota Bandung sebagian besar berstatus sebagai pemilik dan pengelola bisnis.

Lama berdirinya UKM Kuliner di Kota Bandung sebanyak 90 responden (78,9%) telah mendirikan usahanya selama tiga hingga lima tahun dan sebanyak 24 orang (21,1%) telah berdiri selama lebih dari 5 tahun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa UKM Kuliner di Kota Bandung sebagian besar telah berdiri selama tiga hingga lima tahun.

Bentuk usaha yang dimiliki wirausahawan UKM Kuliner di Kota Bandung sebanyak 21 orang (18,4%) berbentuk usaha kelompok, sebanyak 28 orang (24,6%) berbentuk usaha sendiri dan sebanyak 65 orang (57%) berbentuk usaha keluarga. Hal tersebut mengindikasikan bahwa wirausahawan UKM kuliner di Kota Bandung sebagian besar menjalankan usaha yang dikelola bersama dengan keluarga.

Pembahasan

Analisis regresi linear sederhana yang dilakukan dalam penelitian ini adalah untuk mencari pengaruh antara variabel Kompetensi Wirausaha (X) terhadap Keunggulan Bersaing (Y). Penulis melakukan pengolahan data dengan menggunakan *software* SPSS, dan berikut diperoleh hasil pengujian regresi linier sederhana sebagai berikut

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.487	2.298		-1.083	.281
Kompetensi_Wirausaha	.398	.025	.833	15.937	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan_Bersaing

Dari tabel *output* SPSS di atas, terlihat nilai pengujian regresi pada kolom (B) *Unstandardized Coefficients*, jika dibuat model regresi linier sederhana maka persamaannya sebagai berikut:

$$Y = -2,487 + 0,398 X$$

Secara statistik, nilai yang tersaji pada persamaan regresi linier sederhana dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar -2,487 menunjukkan nilai keunggulan bersaing (Y) jika kompetensi wirausaha (X) bernilai 0.
- Koefisien regresi untuk keunggulan bersaing (Y) sebesar 0,398 dan bertanda positif yang menunjukkan bahwa setiap terjadi kenaikan pada kompetensi wirausaha (X) sebesar satu satuan maka akan meningkatkan keunggulan bersaing (Y) sebesar 0,398 satuan.

Hasil Analisis Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi bermanfaat untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel dengan skala-skala tertentu. Dalam penelitian ini, hubungan yang dimaksud adalah hubungan antara kompetensi wirausaha (X) dengan keunggulan bersaing (Y). Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS, diperoleh hasil korelasi sebagai berikut :

Tabel 2
Hasil Analisis Koefisien Korelasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.833 ^a	.694	.691	3.78848

a. Predictors: (Constant), Kompetensi_Wirausaha

Berdasarkan tabel 2 di atas, diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (R) yang diperoleh adalah sebesar 0,833. Nilai tersebut termasuk dalam kategori hubungan yang “sangat kuat” karena berada pada interval korelasi antara “0,800-1,000”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara kompetensi wirausaha (X) dengan keunggulan bersaing (Y).

Selain mencari koefisien korelasi antar variabel, koefisien determinasi juga perlu dicari untuk mengetahui seberapa persen pengaruh variabel kompetensi wirausaha (X) terhadap keunggulan bersaing (Y). Koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Adapun perhitungannya sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

$$KD = (0,833)^2 \times 100\%$$

$$KD = 69,4\%$$

Dari perhitungan di atas, nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah 0,694 atau 69,4%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kompetensi wirausaha (X) memberikan pengaruh sebesar 69,4% terhadap keunggulan bersaing (Y). Sedangkan sebanyak 30,6% merupakan peranan yang diberikan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan sebagai pembuktian apakah variabel kompetensi wirausaha (X) memberikan peranan yang signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing (Y). Perumusan pengujian hipotesis (uji t) adalah sebagai berikut:

Ho : Kompetensi wirausaha (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y).

Ha : Kompetensi wirausaha (X) berpengaruh positif dan signifikan signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y).

Taraf signifikansi yang digunakan adalah sebesar 0,05 atau 5%. Hasil pengujian disajikan pada tabel berikut di bawah ini:

Tabel 3
Hasil Uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.487	2.298	-1.083	.281
	Kompetensi_Wirausaha	.398	.025	.833	15.937

a. Dependent Variable: Keunggulan_Bersaing

Pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai t-hitung (15,937) yang diperoleh variabel kompetensi wirausaha (X) lebih besar dari nilai t-tabel (1,981) sehingga menolak Ho dan menerima Ha. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa kompetensi wirausaha (X) memberikan pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing (Y).

Untuk mengetahui bahwa pengaruh tersebut signifikan atau tidak dapat dilakukan dengan membandingkan nilai sig. pada tabel 4.20 dengan besar =5% (0.05) dengan ketentuan penilaian sebagai berikut:

- a. Jika sig. < 0.05, maka signifikan
- b. Jika sig. > 0.05, maka tidak signifikan

Berdasarkan hasil pengujian dari tabel 4.20 maka diperoleh nilai Sig. sebesar 0.000 dan lebih kecil dari 0.05 (5%). Hal tersebut dapat diartikan bahwa kompetensi wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UKM Kuliner di Kota Bandung. Model penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sabah Agha dan Laith Alrubaiee (2012) yang berjudul "*Effect of Core Competence on Competitive Advantage and Organizational Performance*". Penelitian tersebut menghasilkan bahwa kompetensi memiliki dampak yang kuat terhadap keunggulan bersaing. Selain itu, temuan lainnya menunjukkan bahwa para wirausaha dapat meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan melalui peningkatan kinerja dengan memanfaatkan kompetensi yang ada.

SIMPULAN

Semakin berkembangnya jumlah UKM makanan dan minuman di Kota Bandung mengakibatkan tingkat persaingan yang semakin ketat. Hal ini menuntut para pelaku UKM untuk menyadari pentingnya sumber daya internal untuk mencapai keunggulan bersaing. Berdasarkan olah data hasil kuesioner mengindikasikan bahwa gambaran kompetensi wirausaha dan keunggulan bersaing UKM kuliner di Kota Bandung berada pada kategori kurang baik. Pada variabel kompetensi wirausaha, dimensi yang paling berkontribusi terhadap variabel kompetensi wirausaha adalah *management skills*. Sedangkan dimensi dengan kontribusi terendah adalah pengetahuan mengenai peran dan tanggung jawab dalam berwirausaha. Pada variabel keunggulan bersaing, dimensi yang paling berkontribusi terhadap variabel keunggulan bersaing adalah kompetensi pegawai, sedangkan dimensi dengan kontribusi terendah adalah harga yang ditawarkan dan penentuan lokasi usaha. Selanjutnya, Pada penelitian ini didapat hasil yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang kuat antara kompetensi wirausaha dan keunggulan bersaing. Pengaruh yang diberikan sebesar 69,4% terhadap keunggulan bersaing (Y). Sedangkan sebanyak 30,6% merupakan peranan yang diberikan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Kompetensi yang dimiliki wirausaha UKM kuliner di Kota Bandung masih termasuk dalam kategori yang kurang baik, untuk meningkatkan kompetensi tersebut, disarankan bagi wirausaha untuk mengikuti pelatihan kewirausahaan mengenai inovasi dan kreativitas. Dengan mengikuti pelatihan tersebut diharapkan para wirausahawan mampu untuk meningkatkan keorisinilan diri berupa kreativitas dan inovatif yang dapat digunakan sebagai bekal dalam mengembangkan usahanya dan meningkatkan keunggulan bersaing bagi usaha yang ditekuni

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, S. H. 2016. The effect of competency, motivation, and Organizational culture on the employee performance at the jayakarta hotel, bandung, Indonesia. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, Vol 02 Issue 1, 2016: 136-146.

- Akenroye, T. O. dan Kuenne C. W. 2015. Key Competencies for Promoting Service Innovation: What are Implications for the Health Sector?. *The Innovation Journal The Public Sector Innovation*. Jurnal Volume 20(1).
- Buckley, N. H. (2016). Culinary Competence: Skills and Knowledge Assessment for Dietetic Students. *Theses and Dissertations*. 1701. University of Arkansas. Fayetteville.
- Christina, A. S. 2012. *5 Konsep Dasar Bisnis Kuliner*. Universitas Gadjah Mada. Jogjakarta.
- Devanna, M. A. & Tichy, N. 1990. Creating the competitive advantage for the 21st century: The boundaryless organization. *Human Resource Management*,29, 445–471.
- Hana, U. 2013. Competitive Advantage Achievement through Innovation and Knowledge. *Journal of Competitiveness* Vol. 5, Issue 1, pp. 82-96, March 2013.
- Hu, M. L. M. 2010. Developing a core competency model of innovative culinary development. *International Journal of Hospitality Management* 29 (2010) 582–590.
- Kadarningsih, A. 2010. *Keunggulan Bersaing; Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Dan Dampaknya pada Kinerja Selling-In (Studi pada Outlet Binaan PT . Indosat Semarang)*, 1–18.
- Kurniawan, A., Jalaludin, A. & Hastuti, S. 2014. Permasalahan Kompetensi Pelaku Usaha Kecil Bidang Kuliner Di Kota Bandung dan Kota Cimahi. *The 7th NCFB and Doctoral Colloquium* 2014.
- Ottensbacher, M. & Harrington, R. J. 2008. The Culinary Innovation Process: A Study of Michelin-Starred Chefs. *Journal of Culinary Science & Technology*, Vol. 5(4) 2007.
- Ottensbacher, M., Gnoth, J., 2005. How to Develop Successful Hospitality Innovation. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 46 (2), 205–222.
- Özba , G. K. (2013). Resource Based View, Core Competence and Innovation: A Research on Turkish Manufacturing Industry. *Scientific Research Journal (SCIRJ)*, Volume I, Issue III, October 2013 Edition.
- Putri, P. S. & Christin, M. 2012. Pengaruh Kreativitas Kuliner terhadap Citra Kota Bandung Sebagai Kota Wisata Kuliner. *Universitas Telkom*. Bandung.
- Sengupta, A., Venkatesh, D. N. & Sinha, A. K. 2013. Developing performance-linked competency model:a tool for competitive advantage", *International Journal of Organizational Analysis*, Vol. 21 Iss 4 pp. 504 -527.
- Suendro. 2010. Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Kasus Pada Industri Kecil dan Menengah Batik Pekalongan). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, IX(2), 230–243.