

PENGARUH KEPEMIMPINAN, KETERLIBATAN KARYAWAN, INFORMASI, HUBUNGAN DENGAN PEMASOK, DAN PROSES BISNIS INTERNAL UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING DI KECAMATAN DEWANTARA KABUPATEN ACEH UTARA

Yanita

Prodi Manajemen
Universitas Malikussaleh

ABSTRACT

This research aims to analyze the entrepreneurial behavior influence of brick industry it consists of leadership variable, employee involvement, information, relationships with suppliers and process of internal business to increase the competitive advantage in Dewantara District. Data used are primary data by distributing questionnaires for 53 respondents as the owner bricks Industry in Dewantara District. Results of partial get are Based on the results of test of leadership variable (X_1), employee involvement (X_2), information (X_3), relationships with suppliers (X_4) has a influence to increasing the competitive advantage and only the variable of internal business process which not affected to increasing the competitive advantage (Y). While simultaneously leadership (X_1), employee involvement (X_2), information (X_3), relationships with suppliers (X_4) and internal business process (X_5) together influence to increasing the competitive advantage in Dewantara District.

Keywords: *Leadership, employee involvement, information, relationships with suppliers and internal business processes, Competitive Advantage.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepemimpinan, keterlibatan karyawan, informasi, hubungan dengan pemasok, dan proses bisnis internal untuk meningkatkan keunggulan bersaing wira usaha batu bata di Kecamatan Dewantara. Data yang digunakan adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada 53 responden sebagai pemilik usaha batu bata di Kecamatan Dewantara. Dari hasil uji t variabel kepemimpinan (X_1), keterlibatan karyawan (X_2), informasi (X_3), hubungan dengan pemasok (X_4) memiliki pengaruh untuk meningkatkan keunggulan bersaing dan hanya variabel proses bisnis internal yang tidak terpengaruh untuk meningkatkan keunggulan bersaing (Y). Sedangkan uji secara simultan bahwa kepemimpinan (X_1), keterlibatan karyawan (X_2), informasi (X_3), hubungan dengan pemasok (X_4) dan proses bisnis internal (X_5) secara bersama-sama berpengaruh untuk meningkatkan keunggulan bersaing di Kecamatan Dewantara.

Kata Kunci : Kepemimpinan, keterlibatan karyawan, informasi, hubungan dengan pemasok dan proses bisnis internal, Keunggulan Bersaing.

A. PENDAHULUAN

Munculnya persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Dengan adanya persaingan, maka perusahaan-perusahaan dihadapkan pada berbagai macam perubahan yang bersumber dari lingkungan eksternal maupun lingkungan internal perusahaan. Untuk itu setiap perusahaan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi dipasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta berbagai perubahan yang ada di lingkungan bisnisnya sehingga mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Sudah seharusnya perusahaan berupaya untuk meminimalisasi kelemahan-kelemahannya dan memaksimalkan kekuatan yang dimilikinya. Dengan demikian perusahaan dituntut untuk memilih dan menetapkan strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan.

Permasalahan besar yang dihadapi oleh Indonesia saat ini adalah kurangnya jumlah wirausaha dengan produktivitas dan daya saing yang tinggi. Jumlah wirausaha yang layak yaitu sebesar 0,14%. Upaya untuk meningkatkan daya saing bangsa harus dimulai dari mengembangkan kewirausahaan dari para wirausahawan (pemilik dan pengelola unit usaha) yang telah ada serta menumbuhkan wirausaha atau minimal unit-unit usaha baru pada sektor-sektor yang produktif sesuai dengan potensi daerah. Pengembangan kewirausahaan juga diharapkan akan meningkatkan daya tahan bangsa, yang terbukti pada saat krisis ekonomi

usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang mengandalkan bahan baku lokal dan memiliki keunggulan kompetitif.

Daya saing merupakan suatu rumusan serta diterapkan dalam suatu strategi agar mencapainya keberhasilan yang akan diperoleh dan tidak secara berkesinambungan menerapkan keunggulan strategi tersebut, (Michael, 1995:4). Daya saing dapat juga dikatakan sebagai kemampuan didalam sebuah persaingan dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi suatu keinginan. Untuk meningkatkan keunggulan bersaing dibutuhkan perilaku dari wirausaha.

Perilaku kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses dan hasil bisnis (Sanusi, 2002:23). Dari segi perilaku, Wirausaha (*entepreneur*) adalah mereka yang mendirikan, mengelola, mengembangkan, dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri.

Banyak faktor yang mempengaruhi para perilaku wirausaha dalam upaya akan meningkatkan kualitas produk dengan tujuan meningkatkan daya saing produk. Terdapat beberapa faktor-faktor yang membentuk indikator-indikator yang relevan dalam hubungan keunggulan bersaing dilihat dari faktor kepemimpinan, keterlibatan karyawan, informasi, hubungan dengan pemasok, dan proses bisnis internal, Hadiati (2008).

Salah satu kemampuan perilaku wirausaha adalah harus mampu

meningkatkan daya saing yang tinggi dengan produk-produk lain. Peran para wirausaha dalam upaya meningkatkan kualitas produk dengan tujuan meningkatkan daya saing produk dilakukan oleh para usaha di bidang industri batu bata. Upaya dari meningkatkan kualitas produk dengan tujuan meningkatkan keunggulan bersaing produk di bidang industri batu bata dilihat dari faktor internal yaitu untuk mencapai keunggulan biaya dan fokus dengan usaha-usaha kecil yang berorientasi ekspor, serta mampu mengelola faktor keuangan dan pemasaran dengan lebih baik lagi. Dilihat dari faktor eksternal yaitu untuk mengatasi rendahnya daya saing produk dengan daerah lain, maka pemerintah daerah mengambil kebijakan proteksi melalui kenaikan tarif impor produk batu bata.

Industri batu bata adalah salah satu usaha kecil yang berkembang di Aceh, Usaha batu bata lebih berkembang di Kabupaten Aceh Utara, khususnya Kecamatan Dewantara. Karena bahannya yang mudah didapatkan di daerah tersebut. Selain itu bahan yang digunakan bagus. Usaha batu bata menjadi mata pencaharian masyarakat di Kecamatan Dewantara. Industri Batu bata di Kecamatan Dewantara masih bersifat industri kecil yang hanya mampu menyerap tenaga kerja yang tidak begitu banyak.

Menurut data dari dinas perindustrian dan perdagangan (Disperindagkop) Kabupaten Aceh Utara, bahwa terdapat sekitar 114 unit usaha kecil yang bergerak di bidang industri batu bata di Kecamatan Dewantara. Tetapi hanya sekitar 21

unit yang memiliki surat izin usaha industri batu bata (formal), sedangkan sisanya sebesar 93 unit adalah usaha industri batu bata yang tidak memiliki izin usaha atau dikelola secara tradisional (informal).

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan: apakah perilaku wirausaha industri batu bata yang terdiri dari variabel kepemimpinan, keterlibatan karyawan, informasi, hubungan dengan pemasok, dan proses bisnis internal berpengaruh terhadap keunggulan bersaing di Kecamatan Dewantara.

C. TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Wirausaha adalah seseorang yang bebas dan memiliki kemampuan untuk hidup mandiri dalam menjalankan kegiatan usahanya atau bisnisnya atau hidupnya. Ia bebas merancang, menentukan, mengelola, mengendalikan semua usahanya. Sedangkan kewirausahaan adalah suatu sikap, jiwa dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru serta bernilai dan berguna bagi dirinya dan orang lain. Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berdaya, bercreta, berkasa, dan bersahaja dalam berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya atau kiprahnya.

Semula kewirausahaan hanya berkembang dalam bidang perdagangan tapi dalam bidang-bidang yang lain kewirausahaan sudah dijadikan pegangan untuk menciptakan perubahan, pembaharuan dan

kemajuan. Kewirausahaan tidak hanya digunakan untuk mencapai tujuan jangka pendek tapi juga untuk mencapai tujuan jangka panjang dan untuk menciptakan peluang usaha. Dalam bidang industri banyak perusahaan yang sukses dan memperoleh banyak peluang karena memiliki kreativitas dan keinovasian. Melalui proses kreatif dan inovatif wirausaha dapat menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang diciptakan. Nilai tambah barang dan jasa dapat diciptakan melalui proses kreatif dan inovatif, menciptakan banyak keunggulan termasuk keunggulan bersaing dengan lawan bisnisnya. Demikian juga kemajuan-kemajuan tertentu dapat diciptakan oleh orang-orang yang memiliki semangat jiwa kreatif dan inovatif misalnya dalam bidang pendidikan, pemerintah, dan bidang-bidang lainnya (Kasmir, 2007:18-19).

Secara sederhana arti wirausaha (entrepreneur) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti (Kasmir, 2007 : 16).

Kewirausahaan adalah semangat, perilaku dan kemampuan untuk memberikan tanggapan yang positif terhadap peluang memperoleh keuntungan untuk diri sendiri atau pelayanan yang lebih baik, serta menciptakan dan menyediakan produk yang lebih bermanfaat dan menerapkan cara kerja efisien, melalui keberanian mengambil resiko, kreativitas dan inovasi serta

kemampuan manajemen (Siagian, 1997:16).

Menurut Frank Knight dalam Winardi (2003:3) wirausahawan mencoba untuk memprediksi dan menyikapi perubahan pasar. Definisi ini menekankan pada peranan wirausaha dalam menghadapi ketidakpastian pada dinamika pasar. Seorang wirausahawan di isyaratkan untuk melaksanakan fungsi-fungsi manajerial mendasar seperti pengarahan dan pengawasan.

Wirausaha adalah seseorang yang menciptakan bisnis baru dengan risiko dan ketidakpastian untuk tujuan mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan mengidentifikasi peluang dan menggunakan kebutuhan sumber daya untuk memodali membiayai mereka (Alma, 2002:25). Sedangkan Suharyadi (2002) para wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan dari pada dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan sukses.

Bila menurut Peter F. Drucker dalam Winardi (2003:74) kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Pengertian ini mengandung maksud bahwa seorang wirausahawan adalah orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, berbeda dengan yang lain atau mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya.

Sedangkan menurut Joseph Schumpeter dalam Suryana (2003:7), Wirausahawan adalah seorang inovator

yang mengimplementasikan perubahan-perubahan didalam pasar melalui kombinasi-kombinasi baru. Kombinasi baru tersebut bisa dalam bentuk :

- 1) Memperkenalkan produk baru atau dengan kualitas baru,
- 2) Memperkenalkan metoda produksi baru,
- 3) Membuka pasar yang baru (new market),
- 4) Memperoleh sumber pasokan baru dari bahan atau komponen baru,
- 5) Menjalankan organisasi baru pada suatu industri.

Schumpeter mengkaitkan wirausaha dengan konsep inovasi yang diterapkan dalam konteks bisnis serta mengkaitkannya dengan kombinasi sumber daya.

Dari beberapa konsep yang ada ada 6 hakekat penting kewirausahaan menurut Suryana (2003 : 13) sebagai berikut :

1. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis.
2. Kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create the new and different*)
3. Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan.
4. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha (*start-up phase*) dan

perkembangan usaha (*venture growth*).

5. Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (*creative*), dan sesuatu yang berbeda (*inovative*) yang bermanfaat memberi nilai lebih.
6. Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan. Nilai tambah tersebut dapat diciptakan dengan cara mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa yang baru yang lebih efisien, memperbaiki produk dan jasa yang sudah ada, dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Berdasarkan beberapa konsep tentang kewirausahaan secara ringkas dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah suatu proses usaha untuk menciptakan nilai tambah dengan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara baru dan berbeda guna mengambil keuntungan dari pada dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan sukses.

Seorang wirausaha haruslah seorang yang mampu melihat ke depan. Melihat ke depan dengan berpikir, penuh perhitungan, mencari pilihan dari berbagai alternatif masalah dan pemecahannya. Sifat-sifat yang perlu dimiliki wirausaha adalah sebagai berikut, Alma (2009:53):

1. Percaya Diri

Sifat-sifat percaya diri dimulai dari pribadi yang mantap, tidak mudah terombang-ambing oleh pendapat dan saran orang lain. Akan tetapi saran-saran orang lain jangan ditolak mentah-mentah, pakai itu sebagai masukan untuk dipertimbangkan kemudian harus memutuskan segera. Diharapkan wirausaha seperti ini betul-betul dapat menjalankan usahanya secara mandiri, jujur dan disenangi oleh semua relasinya.

2. Berorientasi pada tugas dan hasil

Wirausaha tidak mengutamakan prestise dulu, tetapi prestasi kemudian. Ia berharap pada prestasi baru kemudian setelah berhasil prestisenya akan meningkat. Wirausaha yang selalu memikirkan prestise dulu dan prestasi kemudian, usahanya tidak akan mengalami kemajuan. Maka wirausaha harus mempunyai kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi pada laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, enerjik, dan inisiatif.

3. Pengambilan resiko

Wirausaha dalam melakukan kegiatan usahanya penuh dengan resiko dan tantangan, seperti persaingan, harga turun naik, barang tidak laku dan sebagainya. Tetapi semua tantangan ini harus dihadapi dengan penuh perhitungan. Jika perhitungan sudah matang baru membuat pertimbangan dari berbagai macam segi.

4. Kepemimpinan

Sifat kepemimpinan memang ada dalam diri masing-masing individu

dalam menyesuaikan diri dengan organisasi atau orang yang dipimpin. Ada pemimpin yang disenangi oleh bawahan, mudah memimpin sekelompok orang, ia diikuti dan dipercaya bawahan. Tapi ada pula pemimpin yang tidak disenangi bawahan atau tidak senang pada bawahannya, ia mau mengawasi bawahannya tapi tidak ada waktu untuk itu. Menanam kecurigaan pada orang lain pada suatu ketika akan berakibat tidak baik pada usaha yang sedang dijalankan. Maka wirausaha sebagai pemimpin yang baik harus mau menerima kritik dan saran dari bawahan serta harus bersifat responsif.

5. Keorisinilan

Sifat orisinil tidak selalu ada pada diri seseorang, yang dimaksud orisinil adalah tidak hanya mengekor pada orang lain tapi memiliki pendapat sendiri dan ada ide yang orisinil untuk melaksanakan sesuatu. Orisinil tidak berarti baru sama sekali, tapi produk tersebut mencerminkan hasil kombinasi baru dari komponen-komponen yang sudah ada sehingga melahirkan sesuatu yang baru.

6. Berorientasi ke depan

Wirausaha harus perspektif, mempunyai visi kedepan, apa yang akan dilakukan dan apa yang ingin dicapai. Karena sebuah usaha bukan didirikan untuk sementara tapi selamanya. Maka faktor kontinuitas harus dijaga dan pandangan harus ditujukan jauh ke depan. Untuk menghadapi pandangan jauh ke depan seorang wirausaha akan menyusun perencanaan dan strategi yang

matang, agar jelas langkah-langkah yang akan dilaksanakan.

7. Kreativitas

Sifat keorsinilan seorang wirausaha menuntut adanya kreativitas dalam pelaksanaan tugas. Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relative berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Bagi wirausaha tingkat kreativitas sangat mendukung kemajuan bisnisnya. Kreativitas bisa juga diartikan kemampuan dalam menciptakan kombinasi-kombinasi dari hal-hal yang sudah ada, sehingga menghasilkan sesuatu yang baru. Dapat juga berarti kemampuan memberi makna dari sesuatu yang kurang berarti sehingga menjadi lebih berarti.

Perilaku konsumen didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying units*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide. Definisi yang sederhana ini mengandung sejumlah konsep penting. Pertama perhatikan kata-kata dalam definisi tersebut, yaitu pertukaran. Seorang konsumen tidak dapat mengelak dari proses pertukaran, dimana segala sumber daya ditransfer diantara kedua belah pihak, Mowen (2002:6).

Untuk menggeneralisasikan, riset perilaku konsumen dilakukan berdasarkan tiga perspektif riset yang bertindak sebagai pedoman pemikiran dan pengidentifikasian faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku perolehan (akuisisi) konsumen, menurut Mowen (2002:11-14). Ketiga faktor ini adalah :

1. Perspektif pengambilan keputusan
Perspektif pengambilan keputusan menggambarkan seseorang konsumen sedang melakukan serangkaian langkah-langkah tertentu pada saat melakukan pembelian. Langkah-langkah ini termasuk pengenalan masalah, mencari, evaluasi alternative, memilih dan evaluasi pasca perolehan.

2. Perspektif pengalaman
Perspektif pengalaman atas pembelian konsumen menyatakan bahwa untuk beberapa hal konsumen tidak melakukan pembelian sesuai dengan proses pengambilan keputusan yang rasional. Namun mereka membeli produk dan jasa tertentu untuk memperoleh kesenangan, menciptakan fantasi, atau perasaan emosi saja.

3. Perspektif pengaruh perilaku
Perspektif pengaruh perilaku mengasumsikan bahwa kekuatan lingkungan memaksa konsumen untuk melakukan pembelian tanpa harus terlebih dahulu membangun perasaan atau kepercayaan terhadap produk. Menurut perspektif ini, konsumen tidak saja melalui proses pengambilan keputusan rasional, namun juga bergantung pada perasaan untuk membeli produk atau jasa tersebut. Perilaku kewirausahaan merupakan sikap yang dimiliki oleh wirausahaan dalam menjalankan usaha yang mandiri. Menurut Sanusi (2006:23), perilaku kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis. Dari segi perilaku, wirausaha (*entrepreneur*)

adalah mereka yang mendirikan, mengelola, mengembangkan, dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri. Wirausaha adalah mereka yang menciptakan kerja bagi orang lain dengan berswadaya. Definisi ini mengandung asumsi bahwa setiap orang yang mempunyai kemampuan normal, biar menjadi wirausaha harus mau dan kesempatan untuk belajar. Perilaku wirausaha ini melibatkan dua unsur pokok (1) Peluang, (2) Kemampuan menanggapi peluang, berdasarkan hal tersebut maka definisi kewirausahaan adalah "Tanggapan terhadap peluang usaha yang terungkap dalam seperangkat tindakan serta membuahkan hasil berupa organisasi usaha yang melembaga, produktif dan inovatif." Semangat, perilaku, dan kemampuan wirausaha tentunya bervariasi satu sama lainnya dan atas dasar itu wirausaha dikelompokkan menjadi tiga tingkatan yaitu : Wirausaha Andal, Wirausaha Tangguh, Wirausaha Unggul.

Sikap dan perilaku merupakan kesatuan sifat seseorang yang terbentuk karena kebiasaan sehari-hari. Perilaku kewirausahaan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor itu adalah hak kepemilikan (*property right*), kemampuan/kompetensi (*competency/ability*), dan insentif (*incentive*), sedangkan faktor eksternalnya meliputi lingkungan (*environment*). Dengan demikian Sikap dan perilaku dapat dirubah oleh diri sendiri dan atau oleh adanya tekanan atau pengaruh lingkungan. Adanya pengaruh dari dalam diri sendiri dan dari luar lingkungan bergaul maka tumbuhlah sikap dan perilaku individu yang

spesifik. (Lambing dan Kuehl, 2000: 124).

Dari teori di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam mendirikan, mengelola, mengembangkan, dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri, dengan demikian sikap dan perilaku dapat dirubah oleh diri sendiri dan atau oleh adanya tekanan atau pengaruh lingkungan.

Untuk menjadi seorang wirausahawan, diperlukan dukungan dari orang lain yang berhubungan dengan bisnis yang kita kelola. Sikap dan perilaku merupakan kesatuan sifat seseorang yang terbentuk karena kebiasaan sehari-hari.

Menurut Hadiati (2008:117) perilaku wirausaha yaitu:

1. Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah komitmen dan keterlibatan aktif dari manajemen puncak pada perusahaan manufaktur untuk mengembangkan, memelihara, dan meningkatkan efektivitas sistem manajemen mutu untuk mencapai, mempertahankan, dan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan. Menurut House et.al, (1999) dalam Yukl (2005), Kepemimpinan adalah kemampuan individu untuk mempengaruhi, memotivasi, dan membuat orang lain mampu memberikan kontribusinya demi efektifitas dan keberhasilan organisasi. Kepemimpinan dilaksanakan ketika seseorang memobilisasi sumber daya institusional, politis, psikologis, dan sumber-sumber lainnya untuk membangkitkan, melibatkan dan memenuhi motivasi pengikutnya, Yukl (2005).

Peran kepemimpinan meliputi memotivasi bawahan dan menciptakan kondisi yang menyenangkan dalam melaksanakan pekerjaan, kepemimpinan berusaha untuk membuat perubahan dalam organisasi dengan (1) menyusun visi masa depan dan strategi untuk membuat perubahan yang dibutuhkan, (2) mengkomunikasikan dan memperjelas visi, dan (3) memotivasi dan memberi inspirasi kepada orang lain untuk mencapai visi itu, dan kepemimpinan sebagai hubungan pengaruh ke berbagai arah antara pemimpin dan bawahannya yang mempunyai tujuan yang sama dalam mencapai perubahan yang sebenarnya.

2. Keterlibatan Karyawan

Keterlibatan karyawan adalah bagian dari strategi perusahaan untuk meningkatkan partisipasi karyawan dalam operasional perusahaan, dengan cara mengikutsertakan karyawan dalam kegiatan operasional perusahaan, mulai dari perencanaan sampai dengan evaluasi atau saran perbaikan. Menurut Robbins, (2003:91), Keterlibatan kerja mempunyai definisi yaitu derajat dimana orang dikenal dari pekerjaannya, berpartisipasi aktif didalamnya, dan menganggap prestasinya penting untuk harga diri.

Menurut Brown, (1996) yang dimaksud dengan keterlibatan kerja (*The degree to which a person identifies psychologically with his or here work and the importance of work to one's self image*), Yaitu dimana seorang karyawan dikatakan terlibat dalam pekerjaannya apabila karyawan tersebut dapat mengidentifikasi diri

secara psikologis dengan pekerjaannya, dan menganggap kinerjanya penting untuk dirinya, selain untuk organisasi beberapa studi yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana keterlibatan kerja dapat timbul pada para pekerja, yang akhirnya menghasilkan dua sudut pandang yang dianggap menyebabkan timbulnya keterlibatan kerja yang pertama adalah (*The first : job involvement is occur when the possession of certain needs, value, or personal characteristics individuals to become more or less involved in their jobs*) keterlibatan kerja akan terbentuk karena keinginan dari pekerja akan kebutuhan tertentu, nilai atau karakteristik tertentu yang diperoleh dari pekerjaannya sehingga akan membuat pekerja tersebut lebih terlibat atau malah tidak terlibat pada pekerjaannya. Yang kedua adalah (*The second: job involvement as a response to specific works situation characteristics. In other words certain types of job or characteristics of the work situation influence the degree to which an individual becomed involved in his jobs*) keterlibatan kerja itu timbul sebagai respon terhadap suatu pekerjaan atau situasi tertentu dalam lingkungan kerja.

Dengan lain kata suatu jenis pekerjaan atau situasi dalam lingkungan kerja akan mempengaruhi orang tersebut makin terlibat atau tidak dalam pekerjaannya. Karyawan dalam keterlibatan yang tinggi dengan kuat memihak pada jenis kerja yang dilakukan dan benar-benar peduli dengan jenis kerja itu (Robbins, 2003:91). Teori yang mendasari adalah bahwa dengan mengetahui keterlibatan

kerja karyawannya dengan demikian maka para karyawan akan menjadi lebih termotivasi, lebih berkomitmen terhadap organisasi ataupun perusahaan, lebih produktif, dan lebih puas dengan pekerjaan mereka.

3. Informasi

Informasi adalah data yang sudah tersusun sedemikian rupa yang dapat memberikan makna tertentu sehingga mendukung proses pengambilan keputusan produksi perusahaan manufaktur untuk melakukan perbaikan secara terus-menerus mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, dan hasil produksinya. Menurut Jogiyanto (2005:8) informasi adalah data yang telah diolah menjadi bentuk yang lebih berarti dan berguna bagi penerimanya untuk mengambil keputusan masa kini maupun masa yang akan datang. Sedangkan menurut Kadir (2003:26) Informasi merupakan salah satu sumber daya penting dalam manajemen modern. Menurut Tata Sutabri (2005:23) informasi adalah data yang telah diklasifikasikan atau diolah atau diinterpretasi untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Dari definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa yang diolah menjadi sebuah bentuk yang lebih berguna bagi penerima dan dapat bermanfaat untuk pengambilan keputusan.

4. Hubungan dengan pemasok

Pemasok merupakan mitra yang penting dalam menunjang strategi perusahaan. Pengelola pemasok membutuhkan kemampuan negosiasi yang khusus, karena mereka bukanlah

bagian dari organisasi. Pemilihan pemasok haruslah hati-hati, karena mereka dapat memiliki dampak yang sangat positif atau yang sangat merugikan pada kinerja keseluruhan organisasi. Maka dari itu suatu perusahaan harus mempunyai hubungan yang baik dengan pemasok. Hubungan pemasok dengan perusahaan ini dikenal dengan *Supplier Relationship Management* (SRM).

Menurut Mettler dan Rohner (2009), *Supplier Relationship Management* atau *Supply Management* adalah sebuah pendekatan yang komprehensif untuk mengelola interaksi antara organisasi dengan perusahaan yang memasok produk dan jasa yang digunakan oleh organisasi. Hubungan dengan pemasok adalah hubungan yang dibina oleh perusahaan manufaktur dengan pemasok bahan baku sedemikian rupa sehingga mampu mendukung proses produksi dalam jangka panjang dengan tetap mempertahankan mutu.

5. Proses bisnis Internal

Proses bisnis internal adalah perubahan atau inovasi yang dilakukan dalam proses produksi secara internal dalam perusahaan sehingga mampu menghasilkan produk yang memiliki keunggulan bersaing. Dalam perspektif proses bisnis internal kita mengidentifikasi proses internal penting yang harus dikuasai dengan baik oleh organisasi. Proses ini memungkinkan organisasi untuk memberikan proporsi nilai yang akan menarik perhatian dan mempertahankan pelanggan dalam segmen pasar sasaran dan memenuhi harapan keuntungan finansial yang tinggi para pemegang saham.

Perspektif bisnis internal mengungkapkan perbedaan ukuran kinerja yang mendasar antara pendekatan tradisional dengan *balanced score card* pendekatan tradisional memantau dan meningkatkan proses bisnis yang ada saat ini. Pendekatan ini mungkin melampaui ukuran kinerja finansial dalam hal pemanfaatan alat ukur berdasarkan mutu dan waktu. Tetapi semua ukuran itu masih terfokus pada peningkatan proses bisnis saat ini sedangkan pendekatan *balanced score card* pada umumnya mengidentifikasi berbagai proses baru yang dikuasai dengan baik oleh organisasi agar dapat memenuhi berbagai tujuan pelanggan dan finansial. Selain itu pendekatan *balance scorecard* memadukan berbagai inovasi ke dalam perspektif proses bisnis internal. Untuk memuaskan konsumen kita mungkin harus mengidentifikasi internal proses yang baru secara keseluruhan dibandingkan dengan memfokuskan usaha pada perubahan perbaikan dari aktivitas yang telah ada, dalam <http://id.shvoong.com/>.

Ciri-ciri dasar yang mesti dimiliki oleh wirausaha dalam menjalankan usaha yang mandiri. Dalam hal ini dikenal dua konsep karakteristik dasar wirausaha, yaitu motif berprestasi yang tinggi dan selalu perspektif. Enam (6) sifat perilaku menopang sukses menurut Ferdinand (2000:35), yaitu seorang wirausaha dapat diidentifikasi memiliki sejumlah sifat, di antaranya berdisiplin, berkomitmen tinggi, jujur, kreatif dan inovatif, mandiri, serta realistis.

- a. Disiplin bermakna dalam melaksanakan kegiatan, wirausaha harus memiliki ketetapan komitmen terhadap tugas dan pekerjaan secara menyeluruh antara lain ketepatan terhadap waktu, peningkatan kualitas pekerjaan, dan sistem kerja. Dengan kedisiplinan terhadap komitmen, wirausaha akan selalu berupaya meningkatkan kualitas pekerjaan dan membangun keunggulan daya saing. Oleh karena itu, wirausaha selalu menjaga untuk tetap memiliki kedisiplinan yang tinggi terhadap sistem kerja yang ditetapkan. Salah satu contohnya adalah selalu melakukan dan menjalankan kesepakatan yang telah dibuat.
- b. Berkomitmen Tinggi, harus disadari bahwa komitmen adalah kesepakatan mengenai sesuatu hal yang dibuat oleh seseorang, baik terhadap dirinya sendiri maupun orang lain. Dalam melaksanakan kegiatan, wirausaha harus memiliki komitmen yang konkret, terarah, dan progresif (berorientasi pada kemajuan). Komitmen terhadap diri sendiri dapat dilakukan dengan proses mengidentifikasi cita-cita dan target yang harus dicapai dalam hidup. Wirausaha selalu berupaya teguh menjaga komitmen terhadap konsumen untuk mendapatkan kepercayaan mereka, sehingga kepuasan konsumen pada akhirnya memberi keuntungan usaha.
- c. Kejujuran, merupakan landasan moral wirausaha. Kejujuran dalam berperilaku pada kehidupan yang bersifat kompleks, kejujuran

mengenai karakteristik produk dan jasa yang ditawarkan, kejujuran mengenai promosi yang dilakukan, dan kejujuran terhadap segala kegiatan terkait dengan penjualan produk.

- d. Kreatif, wirausahawan juga harus memiliki daya kreativitas tinggi yang dilandasi oleh cara berpikir yang maju dengan gagasan baru yang inovatif. Gagasan kreatif tidak dapat dibatasi oleh ruang, bentuk, ataupun waktu. Justru sering kali ide jenius member terobosan baru dalam dunia usaha yang awalnya dilandasi oleh berbagai gagasan kreatif yang kelihatannya mustahil.
- e. Inovatif, dengan memiliki ide-ide inovatif yang bagus dan cemerlang, maka lahirlah gagasan-gagasan yang cemerlang untuk menciptakan sebuah bentuk atau model dalam membuat produk-produk yang di jual di pasar.
- f. Mandiri, sebagai wirausahawan juga harus melakukan keinginan yang baik tanpa bergantung pada pihak lain dalam mengambil keputusan atau bertindak, termasuk mencukupi kebutuhan hidup dengan mengacu pada budaya perusahaan.
- g. Realistis, wirausahawan juga selalu berpikir realistis dengan kemampuan menggunakan fakta dan realitas sebagai landasan berpikir yang rasional dalam setiap pengambilan keputusan maupun tindakan/perbuatan. Untuk menjadi wirausahawan sukses, syarat utamanya adalah memiliki jiwa dan watak kewirausahawan yang sangat dipengaruhi oleh ketekunan, kemampuan, atau kompetensi yang

ditentukan oleh pengetahuan dan pengalaman usaha.

Menurut Porter (1992), Perilaku Wirausaha dipengaruhi oleh Faktor internal dan faktor eksternal terhadap daya saing. Faktor-faktor internal yaitu: penelitian dan pengembangan, pemasaran, produksi, sumber daya manusia (SDM), dan keuangan. Sedangkan faktor eksternalnya adalah pendatang baru, pesaing yang ada, pembeli, pemasok, produk pengganti, dan makro ekonomi.

Untuk menjadikan wirausahawan yang sukses, pertama-tama harus memiliki ide dan visi (*business vision*) yang jelas, kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko, diperlukan perencanaan usaha, pengorganisasian dalam menjalankannya. Agar usaha berhasil selain kerja keras sesuai dengan urgensinya, wirausaha harus mampu mengembangkan hubungan, baik dengan mitra usahanya maupun dengan semua pihak yang terkait dengan kepentingan organisasi.

Menurut Suryana (2006:67) keberhasilan seseorang wirausaha ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Kemampuan dan kemauan. Orang yang tidak memiliki tetapi banyak kemauan dan orang yang memiliki kemauan tetapi tidak memiliki kemampuan, keduanya tidak akan menjadi wirausaha yang sukses.
2. Tekad yang kuat dan kerja keras. Orang yang tidak memiliki tekad yang kuat tetapi mau bekerja keras dan orang yang suka bekerja keras dan orang yang suka bekerja keras tetapi tidak memiliki tekad yang

kuat, keduanya tidak akan menjadi wirausaha lain yang sukses.

3. Mengetahui peluang yang ada dan berusaha meraihnya ketika ada kesempatan.

Sebuah perusahaan yang mampu bertahan harus memiliki daya saing. Daya saing adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk menang secara konsisten dalam jangka panjang pada situasi persaingan (Black and Porter, 2000, dalam Hasannudin, 2006). Menurut Welch dalam Rangkuti (2006:15) keunggulan bersaing merupakan faktor penting bagi suatu perusahaan untuk berhasil dalam memenangkan persaingan, apabila perusahaan tidak memiliki keunggulan bersaing, jangan coba-coba untuk melakukan persaingan. Keunggulan bersaing lebih banyak merupakan proses kegiatan dinamis daripada sekedar output yang dihasilkan.

Keunggulan bersaing berkaitan dengan cara bagaimana perusahaan memilih dan benar-benar dapat melaksanakan strategi generik ke dalam praktik, Porter dalam David (2009:273). Sedangkan menurut Cravens (2009:31) keunggulan bersaing menunjukkan perbedaan dan keunikan diantara pesaing. Dan menurut Crown (2007:71) keunggulan bersaing yaitu suatu posisi yang lebih unggul dibandingkan dengan kompetitor atau pesaing.

Keunggulan kompetitif bahwa ketika suatu perusahaan dapat melakukan sesuatu yang tidak dapat dibuat oleh perusahaan saingan, atau memiliki sesuatu yang amat diinginkan oleh perusahaan saingan keunggulan kompetitif dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat dilakukan

sebagai segala sesuatu yang dapat dilakukan dengan jauh lebih baik oleh sebuah perusahaan bila dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan saingannya, David (2009:11). Sedangkan menurut Kuncoro (2006: 14), keunggulan kompetitif merupakan suatu perusahaan memiliki sesuatu yang tidak dimiliki pesaing, melakukan sesuatu yang lebih baik dari perusahaan lain, atau mampu dilakukan oleh perusahaan lain.

Dalam mencapai sebuah usaha yang berhasil terlebih dahulu merumuskan serta menerapkan suatu strategi pencipta nilai. Pada perusahaan atau industri menerapkan strategi tersebut dan perusahaan atau industri pesaing tidak secara berkesinambungan menerapkannya serta perusahaan lain tidak mampu meniru keunggulan strategi tersebut (Hitt, 1995:4). Kebanyakan industri berskala kecil dalam bersaing secara aktif satu dengan lainnya untuk mencapai daya saing strategis dan laba yang tinggi. Pencapaian hal-hal tersebut menuntut keberhasilan yang relatif terhadap para pesaing.

Berdasarkan beberapa uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing adalah segala sesuatu yang dimiliki oleh perusahaan baik itu sumber daya, kemampuan dan keterampilan untuk melakukan sesuatu yang tidak mampu dilakukan oleh perusahaan lain dimana hal tersebut dapat dijadikan sumber kekuatan perusahaan dalam melakukan persaingan.

Agar dapat menang dalam persaingan pasar, salah satu cara yang dapat ditempuh oleh manajer perusahaan adalah dengan

menggunakan pendekatan SWOT Analisis. Pendekatan SWOT merupakan perpendekkan dari *strength*, *weaknesses*, *opportunities* dan *threat* yang dapat diterjemahkan menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Terjemahan tersebut sering disingkat menjadi "KEKEPAN".

Dalam metode atau pendekatan ini kita harus memikirkan apa saja yang kita miliki, kelemahan apa saja yang melekat pada diri kita atau perusahaan kita dan kemudian kita juga harus melihat kesempatan yang terbuka bagi kita dan akhirnya kita harus mampu untuk mengetahui ancaman, gangguan, hambatan serta tantangan yang menghadang bagi kita. Dari pengamatan kita terhadap SWOT kita atau KEKEPAN kita juga harus mampu pula untuk melihat SWOT-nya pesaing, agar kita dapat menyusun rencana kerja yang strategis untuk memenangkan pertempuran bisnis yang akan kita lakukan. (Gitosudarmo, 2001:115).

Analisis SWOT terdiri dari empat langkah adalah memilih bidang usaha, menganalisis kesempatan dan ancaman dalam bidang usaha tersebut, menetapkan faktor-faktor penentu sukses serta menentukan kekuatan dan kelemahan perusahaan.

Sedangkan menurut Sondang (2000:172), analisis SWOT merupakan akronim untuk kata "*strength*" (kekuatan), "*weaknesses*" (kelemahan), "*opportunities*" (peluang), "*threats*" (ancaman). Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam suatu organisasi sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor lingkungan yang dihadapi oleh organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Jadi

menurut Sondang, analisis SWOT merupakan *instrument* yang ampuh dalam melakukan analisis strategi. Dimana kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh organisasi dan menekankan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.

Selanjutnya menurut Kotler (2002:88), analisis SWOT merupakan evaluasi terhadap peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan. Kotler menjelaskan bahwa peluang dan ancaman berasal dari lingkungan eksternal sedangkan kekuatan dan kelemahan berasal dari lingkungan internal. Analisis lingkungan eksternal merupakan analisis peluang dan ancaman. Umumnya suatu unit bisnis harus memantau kekuatan lingkungan makro adalah demografi, ekonomi, politik-hukum dan sosial budaya. Sedangkan pelaku lingkungan mikro adalah pelanggan, pesaing, saluran distribusi dan pemasok. Faktor lingkungan dapat mempengaruhi intelijen pemasaran untuk mengikuti kecenderungan dan perkembangan penting yang terjadi. Untuk masing-masing kecenderungan atau perkembangan manajemen perlu mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ditimbulkan.

Yang dimaksud dengan peluang pemasaran adalah suatu daerah kebutuhan pembeli dimana perusahaan dapat beroperasi secara menguntungkan. Sedangkan ancaman lingkungan adalah tantangan akibat

kecenderungan atau perkembangan yang kurang menguntungkan, yang akan mengurangi penjualan dan laba jika dilakukan tindakan pemasaran defensif. Analisis lingkungan internal (analisis kekuatan dan kelemahan) selain mengetahui peluang yang menarik dilingkungannya, unit bisnis perlu juga memiliki keahlian yang dibutuhkan untuk berhasil memanfaatkan peluang tersebut. Setiap unit bisnis harus mengevaluasi kekuatan dan kelemahan menurut periodic. Hal itu dapat diajukan formulir yang serupa dengan ditunjukkan dimemo pemasaran yang berjudul daftar periksa atau pelaksana analisa kekuatan atau kelemahannya. Dari pengajuan memo tersebut manajemen atau konsultan dapat menilai dari luar dan mengoreksi kemampuan manajemen pemasaran, keuangan, produksi serta organisasi yang bersangkutan. Unit bisnis dapat menjadikan setiap faktor menjadi kekuatan utama, kekuatan faktor netral, kelemahan kecil atau kelemahan utama.

Winardi, (2007:198) menyatakan bahwa usaha kecil adalah usaha produktif, terutama dalam bidang produksi atau pemasaran tertentu yang menggunakan modal dan tenaga kerja yang relatif kecil. Sedangkan dalam SKmenperindag Menurut UU No 20 Tahun 2008 ini, yang disebut dengan Usaha Kecil adalah entitas yang memiliki kriteria sebagai berikut : (1) kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; dan (2)

memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

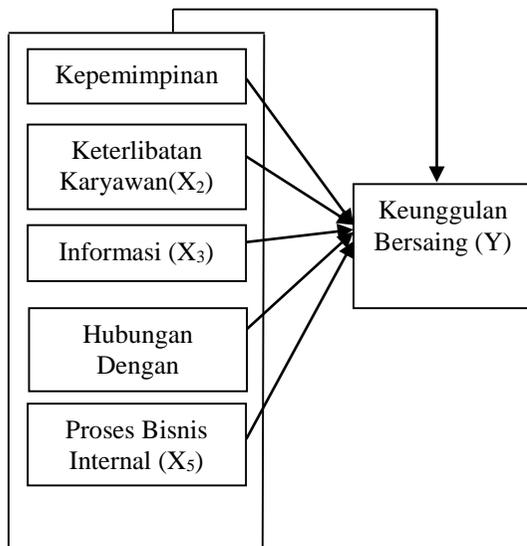
Suryana, (2007:98) umumnya mencantumkan karakteristik perusahaan yang tergolong usaha kecil: 1) biasanya bersifat bebas, tidak terikat dengan identitas bisnis lain, misal cabang, anak perusahaan atau divisi dari perusahaan yang lebih besar, 2) biasanya sepenuhnya dikendalikan oleh pemiliknya yang biasanya adalah *owner-manager* yang memberikan konstibusi kepada semua hal, tidak hanya terbatas pada modal kerja. 3) otoritas pengambilan keputusan dipegang penuh oleh pemilik usaha.

Disamping itu, usaha kecil dapat memainkan peran penting untuk menjaga dinamika pertumbuhan dan perluasan manfaat ekonomi bagi masyarakat luas. Usaha kecil berperan bukan saja pada aspek sosial seperti pemberantasan kemiskinan, pemerataan kesempatan kerja, tetapi juga dapat menjadi sumber pertumbuhan ekonomi pada sektor industri dan ekspor. Usaha kecil adalah sebagai suatu kegiatan usaha industri biasanya bersifat bebas, tidak terikat dengan identitas bisnis lain.

D. Kerangka Berpikir

Kerangka konseptual menggambarkan pengaruh antara variabel Bebas yang akan diteliti yaitu kepemimpinan (X_1), keterlibatan karyawan (X_2), informasi (X_3), hubungan dengan pemasok (X_4) dan proses bisnis internal (X_5) terhadap keunggulan bersaing (Y). Secara simultan diduga terdapat pengaruh

perilaku wirausaha (X) terhadap keunggulan bersaing (Y). dan secara parsial diduga terdapat pengaruh antara variabel kepemimpinan (X₁), keterlibatan karyawan (X₂), informasi (X₃), hubungan dengan pemasok (X₄) dan proses bisnis internal (X₅) terhadap keunggulan bersaing (Y). Jadi kerangka dalam pemikiran penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber : Hadiati (2008)

E. Hipotesis

Berdasarkan hasil latar belakang masalah dan studi kepustakaan penulis mengambil hipotesa sementara sebagai berikut :

H₀: variabel kepemimpinan, keterlibatan karyawan, informasi, hubungan dengan Pemasok, dan proses bisnis internal tidak secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing di Kecamatan Dewantara.

H_a: variabel kepemimpinan, keterlibatan karyawan, informasi, hubungan dengan pemasok, dan proses

bisnis internal berpengaruh parsial dan simultan terhadap keunggulan bersaing di Kecamatan Dewantara.

F. METODE PENELITIAN

Adapun lokasi penelitian ini penulis di kecamatan Dewantara kabupaten Aceh Utara, sedangkan yang menjadi objek pada penelitian ini adalah pengusaha industri batu bata.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh para pengusaha industri batu bata yang berjumlah 114 unit usaha batu bata yang ada di kecamatan Dewantara kabupaten Aceh Utara menurut data dari dinas perindustrian dan perdagangan (Disperindagkop) Aceh Utara.

Jumlah sampel yang diteliti dalam penelitian ini adalah 53 usaha industri batu bata yang berada di kecamatan Dewantara kabupaten Aceh Utara.

Dalam penelitian ini untuk memperoleh data atau informasi, maka penulis melakukan berbagai teknik pengumpulan data yang di dapat dari keterangan-keterangan para responden dengan cara menyebarkan kuesioner.

G. Metode Analisis Data

Analisis statistik inferensial yang akan digunakan pada penelitian ini adalah statistika asosiatif dengan menggunakan uji *linear regression* model (Regresi Berganda). Peralatan ini merupakan jenis uji asosiatif yang akan melihat pengaruh *variabel predictor* terhadap *variabel criterion*. Adapun formulasi persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

- Y : Keunggulan Bersaing
- a : Konstanta
- b : Parameter yang dicari
- X₁ : Kepemimpinan
- X₂ : Keterlibatan karyawan
- X₃ : Informasi
- X₄ : Hubungan dengan pemasok
- X₅ : Proses bisnis internal
- e : Error term

H. Pengujian Hipotesis

Uji Statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen, (Ghozali, 2005). Uji ini dilakukan dengan membandingkan antara nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 5%. Jika nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka secara bersama-sama seluruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Selain itu, dapat juga dengan melihat nilai probabilitas. Jika nilai probabilitas lebih kecil dari pada 0,05 (untuk signifikansi 5%), maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel independen. Sedangkan jika nilai probabilitas lebih besar dari pada 0,05 maka variabel independen secara serentak tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2005).

I. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Usaha batu bata merupakan industri kecil yang bergerak dalam bidang produksi produk jadi, yaitu batu bata merah sebagai bahan baku bangunan khususnya bangunan permanen. Badan usaha ini telah berkembang di Kecamatan Dewantara semenjak tahun 1970-an. Merupakan sebuah usaha primadona bagi pengusaha-pengusaha di daerah ini, di samping usaha-usaha bisnis lainnya. Dalam perkembangan dalam pertumbuhan usaha batu bata di Dewantara relatif lebih maju sesuai dengan kemampuan pengelolaan yang dimiliki para pengusaha tersebut.

Pada mulanya usaha ini didirikan dengan modal pribadi dan berbentuk usaha perseorangan, bertujuan untuk mendukung pembangunan sarana fisik yang ada di Dewantara maupun Aceh Utara. Serta memperoleh keuntungan secara ekonomis yang maksimal, untuk peningkatan kesejahteraan dan kemakmuran dari segi material. Usaha batu bata ini telah lama berkembang di Dewantara. Tetapi belum mempunyai sistem manajemen seperti layaknya sebuah usaha bisnis, di dalam kegiatan usaha batu bata ini masih banyak hal-hal yang perlu dibenahi, baik teknis, manajemen, masalah modal, biaya operasional dan masalah penetapan harga batu bata di era persaingan yang sangat kompetitif saat ini.

Kegiatan operasional usaha produksi batu bata ini sangat strategis dan berpotensi untuk berkembang pesat. Lokasi yang dekat dengan sumber bahan baku, dekat dengan pasar, tersedia transportasi, tenaga kerja dilingkungan usaha

pembangunan daerah yang terus ditingkatkan di era otonomi saat ini, juga merupakan satu prospek yang dapat mendorong laju pertumbuhan usaha kearah yang lebih baik.

UD. Usaha Muda didirikan oleh Mawardi pada tahun 1995 dengan modal awal Rp. 40.000.000,- terletak di desa ulee pulo, UD. Azhar Baru didirikan oleh saudara Saiful Azhari pada tahun 1988 dengan modal awal Rp. 19.000.000,- lokasi usaha di desa Ulee Reuleung dan UD. Tunas Baru didirikan oleh Tgk. M. Yunus pada tahun 1980 dan modal awal Rp. 10.000.000,- serta mereka langsung berperan sebagai pimpinan usaha. Lahirnya usaha ini diprakarsai oleh para pimpinan usaha karena besarnya permintaan produk batu bata oleh para konsumen, untuk membangun konstruksi bangunan berkualitas tinggi, lebih hemat biaya serta dapat mencapai hasil memuaskan. Maka para usahawan tersebut menganggapnya sebagai suatu peluang usaha yang dapat memberikan keuntungan dan manfaat dalam peningkatan taraf ekonomi pengusaha dan masyarakat di lingkungan perusahaan.

Proses produksi batu bata masih dilakukan secara manual menggunakan peralatan sederhana dengan sistem produksi *continue* untuk dapat memenuhi permintaan pasar. Produk batu bata hasil produksi pengusaha di Dewantara telah dikenal secara luas dan berkualitas tinggi. Produksi batu bata menggunakan tanah liat, air, pasir sebagai bahan baku utama, pada tahap selanjutnya dilakukan proses pembakaran untuk menjadi batu bata jadi, membutuhkan waktu antara 3 minggu sampai 4 minggu.

Wilayah penjualan produk batu bata di Dewantara telah menguasai pasar Aceh Utara, Lhokseumawe, Aceh Timur, Aceh Tengah, Pidie. Sistem penjualan yang ditempuh usaha ini juga masih bersifat sederhana yaitu dengan memanfaatkan para agen yang ada di masing-masing daerah tersebut baik yang memesan atau yang datang langsung ke tempat usaha.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan pada industri batu bata di Kecamatan Dewantara bahwa perkembangan usaha batu bata di Kecamatan Dewantara memberikan perkembangan yang baik, yang dapat dilihat dari jumlah usaha batu bata yang semakin meningkat. Dengan jumlah yang tidak sedikit ini, jelas memberikan gambaran bahwa usaha batu bata di Kecamatan Dewantara terus berkembang sampai saat ini. Dimana tidak hanya menjadi sumber mata pencaharian untuk pemiliknya, tapi juga membantu kelangsungan hidup orang lain yakni mampu menyerap tenaga kerja 2-6 orang disatu usaha batu bata di Kecamatan Dewantara dan akan berkembang terus sampai kedepannya.

Proses produksi perusahaan batu bata di Kecamatan Dewantara pada saat ini masih dilakukan secara manual (tradisional), hal ini disebabkan tidak adanya peralatan-peralatan modern, yang dimiliki perusahaan untuk mempermudah kegiatan proses produksi batu bata

J. Karakteristik Responden

Data dalam penelitian ini diperoleh setelah disebarkan kuesioner kepada 53 usaha batu bata yang menjadi responden, kemudian diolah

dengan program SPSS. Dalam penelitian ini karakteristik responden dikelompokkan dalam beberapa kategori yaitu: Usia, Jenis Kelamin, Status Kawin, Pendidikan Terakhir dan Pendapatan Perbulan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada perincian sebagai berikut:

Dapat diketahui bahwa responden yang berusia 25-30 tahun berjumlah 4 orang atau 7,5% responden, sedangkan yang berusia 31-35 tahun berjumlah 9 orang atau 17% responden, kemudian yang berusia 36-40 tahun berjumlah 28 orang atau 52,8% dan sisanya yang berusia >40 tahun berjumlah 12 orang atau 22,6% responden.

Dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin pria berjumlah 50 orang atau 94,3%, responden sedangkan yang berjenis kelamin wanita berjumlah 3 orang atau 5,7% responden.

Dapat diketahui bahwa responden yang belum kawin berjumlah 3 orang atau 5,7% responden, sedangkan yang kawin berjumlah 43 orang atau 81,1% responden, kemudian yang duda berjumlah 5 orang atau 9,4% dan sisanya yang janda berjumlah 2 orang atau 3,4% responden.

Dapat diketahui bahwa pendidikan terakhir SMP sebanyak 2 orang atau 3,8% responden, pendidikan terakhir SMA sebanyak 45 orang atau 84,9% responden, pendidikan terakhir Diploma (D-III) sebanyak 4 orang atau 7,5% responden, dan pendidikan terakhir Sarjana (S-1) sebanyak 2 orang atau 3,8% responden.

Diketahui, bahwa pendapatan perbulan pendapatan perbulan

Rp.1.500.000-Rp.2.999.000 sebanyak 7 orang atau 13,2% responden, pendapatan perbulan Rp.3.000.000-Rp.4.499.000 sebanyak 14 orang atau 26,4% responden, pendapatan perbulan Rp.4.500.000-Rp.5.999.000 sebanyak 26 orang atau 49,1% responden, dan pendapatan terakhir >Rp.6.000.000 sebanyak 6 orang atau 11,3%.

K. Pembahasan

Keunggulan bersaing dipengaruhi oleh variabel kepemimpinan, keterlibatan karyawan, informasi, hubungan dengan pemasok dan proses bisnis internal. Hal ini dibuktikan dengan penggunaan analisis regresi yang digunakan untuk menguji pengaruh kelima variabel tersebut terhadap keunggulan bersaing. Berdasarkan hasil estimasi terhadap variabel yang diteliti melalui bantuan dengan program SPSS, maka diperoleh hasil seperti pada tabel dibawah ini:

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan nilai konstanta 0,722, Kepemimpinan (X_1) 0,521, Keterlibatan Karyawan (X_2) 0,451, Informasi (X_3) 0,325, Hubungan dengan pemasok (X_4) 0,781, dan Proses bisnis internal (X_5) 0,072. Secara persamaan dapat ditulis sebagai berikut :

$$Y = 0,722 + 0,521X_1 + 0,451X_2 + 0,325 X_3 + 0,781X_4 + 0,072 X_5$$

Nilai konstanta (a) 0,722 adalah jika Kepemimpinan (X_1), Keterlibatan Karyawan (X_2), Informasi (X_3), Hubungan dengan pemasok (X_4), dan Proses bisnis internal (X_5) dianggap konstan, maka variabel (Y) keunggulan bersaing sebesar 0,722. Koefisien regresi untuk variabel (X_1) kepemimpinan

sebesar 0,521 yang berarti bahwa apabila ditingkatkan 100% maka jika variabel lain dianggap konstan, variabel kepemimpinan (X_1) akan mempengaruhi variabel (Y) keunggulan bersaing sebesar 52,1%. Koefisien regresi untuk variabel (X_2) keterlibatan karyawan sebesar 0,451 yang berarti bahwa apabila ditingkatkan 100% maka jika variabel lain dianggap konstan, variabel keterlibatan karyawan akan mempengaruhi variabel (Y) keunggulan bersaing sebesar 45,1%. Koefisien regresi untuk variabel (X_3) informasi sebesar 0,325 yang berarti bahwa apabila ditingkatkan 100% maka jika variabel lain dianggap konstan, variabel informasi (X_3) akan mempengaruhi variabel (Y) keunggulan bersaing sebesar 32,5%. Koefisien regresi untuk variabel (X_4) hubungan dengan pemasok sebesar 0,781 yang berarti bahwa apabila ditingkatkan 100% maka jika variabel lain dianggap konstan, variabel hubungan dengan pemasok (X_4) akan mempengaruhi variabel (Y) keunggulan bersaing sebesar 78,1%. Dan koefisien regresi untuk variabel (X_5) proses bisnis internal sebesar 0,072 yang berarti bahwa apabila ditingkatkan 100% maka jika variabel lain dianggap konstan, variabel proses bisnis internal akan mempengaruhi variabel (Y) keunggulan bersaing sebesar 7,2%.

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel kepemimpinan (X_1), keterlibatan Karyawan (X_2), informasi (X_3), hubungan dengan pemasok (X_4), dan proses bisnis internal (X_5) terhadap keunggulan bersaing (Y), dilihat dari koefisien korelasi (R), dari pengolahan data penelitian diperoleh korelasi (R)

sebesar 0,706 atau 70,6%, ini berarti variabel bebas kepemimpinan (X_1), keterlibatan karyawan (X_2), informasi (X_3), hubungan dengan pemasok (X_4), dan proses bisnis internal (X_5) memiliki hubungan yang kuat dengan variabel keunggulan bersaing (Y)

Nilai *Adjusted R Square* adalah 0,612 atau 61,2% hal ini menunjukkan bahwa besarnya kemampuan variabel terikat dapat dipengaruhi/dijelaskan oleh variabel bebas kepemimpinan (X_1), keterlibatan karyawan (X_2), informasi (X_3), hubungan dengan pemasok (X_4), dan proses bisnis internal (X_5) sebesar 61,2%, sisanya sebesar 38,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak penulis teliti dalam penelitian ini.

Untuk menentukan tingkat signifikan secara keseluruhan pada tingkat kepercayaan sebesar 95%, pengujian hipotesis dengan uji F dilakukan dengan membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{table} apabila $F_{hitung} > F_{table}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil pengolahan data diperoleh F_{hitung} sebesar 9,346, sedangkan F_{table} pada tingkat kepercayaan 95% diperoleh nilai sebesar 2,39, maka H_a diterima artinya bahwa variabel kepemimpinan (X_1), keterlibatan karyawan (X_2), informasi (X_3), hubungan dengan pemasok (X_4), dan proses bisnis internal (X_5) berpengaruh terhadap keunggulan bersaing (Y).

L. Pembuktian Hipotesis Secara Parsial

Terakhir untuk mengetahui dari masing-masing variabel secara parsial pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing pada industri batu bata di

Kecamatan Dewantara dapat dilihat dari t_{hitung} yang tercantum pada hasil olahan data dengan program SPSS, yang dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel kepemimpinan (X_1) berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada industri batu bata (Y), pada tingkat kepercayaan 95%, dimana variabel kepemimpinan (X_1) $t_{hitung} = 2,398$ dan $t_{table} = 1,667$ yang artinya $t_{hitung} > t_{table}$, maka variabel kepemimpinan (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing pada industri batu bata di Kecamatan Dewantara dengan nilai β 0,413.
2. Variabel keterlibatan karyawan (X_2) berpengaruh terhadap keunggulan bersaing industri batu bata (Y), pada tingkat kepercayaan 95%, dimana variabel keterlibatan karyawan $t_{hitung} = 2,517$ dan $t_{table} = 1,667$ yang artinya $t_{hitung} > t_{table}$, maka variabel keterlibatan karyawan (X_2) sangat berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing pada industri batu bata di Kecamatan Dewantara dengan nilai β 0,370.
3. Variabel informasi (X_3) berpengaruh terhadap keunggulan bersaing industri batu bata (Y), pada tingkat kepercayaan 95%, dimana variabel informasi $t_{hitung} = 2,016$ dan $t_{table} = 1,667$ yang artinya $t_{hitung} > t_{table}$, maka variabel informasi (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing pada industri batu bata di Kecamatan Dewantara dengan nilai β 0,311.
4. Variabel hubungan dengan pemasok (X_4) sangat berpengaruh

terhadap keunggulan bersaing industri batu bata (Y), pada tingkat kepercayaan 95%, dimana variabel hubungan dengan pemasok $t_{hitung} = 4,415$ dan $t_{table} = 1,667$ yang artinya $t_{hitung} > t_{table}$, maka variabel hubungan dengan pemasok (X_4) sangat berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing pada industri batu bata di Kecamatan Dewantara dengan nilai β 0,595.

5. Variabel proses bisnis internal (X_5) tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing industri batu bata (Y), pada tingkat kepercayaan 95%, dimana variabel proses bisnis internal $t_{hitung} = 1,444$ dan $t_{table} = 1,667$ yang artinya $t_{hitung} < t_{table}$, maka variabel proses bisnis internal (X_5) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing pada industri batu bata di Kecamatan Dewantara dengan nilai β 0,066.

M. Kesimpulan

1. Koefisien korelasi (R) sebesar 0,706 atau 70,6%, ini berarti variabel bebas kepemimpinan (X_1), keterlibatan karyawan (X_2), Informasi (X_3), hubungan dengan pemasok (X_4), dan proses bisnis internal (X_5) memiliki hubungan yang kuat dengan variabel keunggulan bersaing (Y) dan bersifat positif (+). Nilai *Adjusted R Square* adalah 0,612 atau 61,2% menunjukkan bahwa besarnya kemampuan variabel terikat dapat dipengaruhi/dijelaskan oleh variabel kepemimpinan (X_1), keterlibatan karyawan (X_2), Informasi (X_3), hubungan dengan

- pemasok (X_4), dan proses bisnis internal (X_5) sebesar 61,2%, sisanya sebesar 38,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak penulis teliti dalam penelitian ini.
2. Berdasarkan analisis regresi linear berganda, secara simultan diperoleh $F_{hitung} = 9,346 > F_{tabel} = 2,39$ (pada tingkat keyakinan 95% atau $\alpha = 0,05$). Dengan kata lain variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat pada penelitian ini. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini menerima H_a dan menolak H_o .
 3. Berdasarkan analisis linear berganda maka diperoleh hasil bahwa secara parsial kepemimpinan (X_1) berpengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing (Y) dikarenakan pada tingkat kepercayaan 95%, dimana $t_{hitung} = 2,398 > t_{tabel} = 1,667$ dengan nilai $\beta = 0,521$. Variabel keterlibatan karyawan (X_2) sangat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing (Y) dikarenakan pada tingkat kepercayaan 95%, dimana $t_{hitung} = 2,517 > t_{tabel} = 1,667$ dengan nilai $\beta = 0,451$. Variabel informasi (X_3) berpengaruh terhadap keunggulan bersaing (Y) dikarenakan pada tingkat kepercayaan 95%, dimana $t_{hitung} = 2,016 > t_{tabel} = 1,667$ dengan nilai $\beta = 0,325$. Hubungan dengan pemasok (X_4) sangat berpengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing (Y) dikarenakan pada tingkat kepercayaan 95%, dimana $t_{hitung} = 4,415 > t_{tabel} = 1,667$ dengan nilai $\beta = 0,781$ dan Variabel proses bisnis internal (X_4) tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing (Y) dikarenakan pada tingkat kepercayaan 95%, dimana $t_{hitung} = 1,444 < t_{tabel} = 1,667$ dengan nilai $\beta = 0,072$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini perilaku wirausaha yang terdiri dari variabel kepemimpinan (X_1), keterlibatan karyawan (X_2), Informasi (X_3), hubungan dengan pemasok (X_4), dan proses bisnis internal (X_5) hanya variabel proses bisnis internal yang tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing (Y).

N. REFERENSI

- Alma, Buchari. (2002). Kewirausahaan. Bima Sakti. Bandung.
- _____. (2009). Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum. Edisi revisi. Alfabeta. Bandung.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- _____. (2006). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.
- Cravens, David W and Nigel F. Piercy. (2009). Strategic Marketing. New York : Mc Graw-Hill International Edition.
- Dirgantoro, Crown. (2007). Manajemen Strategik. Jakarta : Gramedia.
- David, Fred R. (2009). Manajemen Strategis Konsep. Edisi 12. Salemba Empat. Jakarta.
- Fazri, Fauzul. (2012). Pengaruh Perilaku Wirausaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Penjualan Toko Emas Sekitar Lhokseumawe. Skripsi Fakultas

- Ekonomi Universitas Kadir, Abdul. (2003). Pengenalan Malikussaleh. Sistem Informasi. Andi. Yogyakarta.
- Ferdinand, Augusty. (2000). Manajemen Pemasaran :Sebuah Pendekatan Strategik. FE UNDIP. Semarang.
- Ghozali, Imam. (2005). Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. edisi 1. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gitosudarno, H.I. (2001). Manajemen Srategis. Yogyakarta: PT BPFE.
- Hadiati, Sri. (2008). Perilaku Wirausaha Industri Berskala Kecil untuk Meningkatkan Daya Saing Produk di Malang. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol.10, No. 2, September 2008: 115-123.
- Husein, Umar. (2004). Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. PT. Gramedia Pusaka. Jakarta.
- [Http://id.shvoong.com/social-sciences/economics/2224226-perspektif-proses-bisnis-internal/#ixzz2A5jsfOF0](http://id.shvoong.com/social-sciences/economics/2224226-perspektif-proses-bisnis-internal/#ixzz2A5jsfOF0).
- Jogiyanto.H.M. (2005). Analisis Dan Desain Sistem Informasi Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Bisnis. Andi. Yogyakarta.
- Kasmir. (2007). Pasar-pasar Perbangkan. Edisi I. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kotler, Philip. (2002). Manajemen Pemasaran I. Milenium ed. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- _____. (2011). Kewirausahaan. Edisi Revisi. Penerbit PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kuncoro. Mudrajad. (2006). Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lambing, P.A dan Kuehl, C.R. (2000). Entrepreneurship. 2nd Edition New Jersey : Prentice Hall Inc.
- Mowen, C. Jhon dan Michael Minor. (2002). Perilaku Konsumen. Jilid 1. Edisi kelima. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Nazir, Moh. (2003). Metode Penelitian. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Porter, Michael. (1992). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York: The Free Press.
- Rangkuti, Freddy. (2006). Measuring Customer satisfaction. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Robbins, Stephen. P. (2003). Perilaku organisasi. Edisi Bahasa Indonesia. PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Sanusi, (2006). Trik Manajemen Pasar Modern. Pelita Jakarta.
- Sigit, Suhardi. (1999). Pengantar Metodologi Penelitian Sosial Bisnis Manajemen. Lukman offset. Yogyakarta.
- Sondang P Siagian. (2000). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono, (2012), Metode Penelitian Bisnis. Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Suryana, (2006). Kewirausahaan: Pedoman Praktis; Kiat dan

- Proses Menuju Sukses. Salemba Empat. Jakarta.
- _____. (2007). Wirausaha Berskala Kecil. Pustaka Lima. Jakarta
- Siagian.
- Suharyadi. (2002). Kewirausahaan Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda. Salemba Empat. Jakarta.
- Sumarni, Murti dan Wahyuni, Salamah. (2006). Metodologi Penelitian Bisnis, Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Sutabri, Tata. (2005). Sistem Informasi Manajemen. Yogyakarta.
- Winardi, J. (2003). Entrepreneur & Entrepreneurship. Penerbit Kencana. Jakarta.
- _____. (2007). Perilaku Wirausaha. Prenata Media.
- Yukl. (2005). Kepemimpinan dalam organisasi. Edisi V. Jakarta: Indeks