

**Pengaruh Kompetensi SDM Terhadap
Keunggulan Bersaing UMKM Dengan
Intervening Inovasi Produk Bakery
(Studi Kasus Pada UMKM di Kabupaten
Bulungan)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**Disusun Oleh:
JUAN ANDINI SILIP
NPM. 201841005**



**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KALTARA
TANJUNG SELOR
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kompetensi SDM Terhadap Keunggulan
Bersaing UMKM Dengan Intervening Inovasi Produk
Bakery (Studi Kasus Pada UMKM di Kabupaten Bulungan)

Nama Mahasiswa : Juan Andini Silip

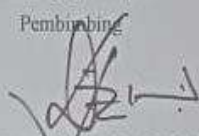
Npm : 201841005

Fakultas : Ekonomi

Program Study : Manajemen

Tim penguji Skripsi:

Pembimbing


Dewi Qomariyah Imelda, MM.Ak
NIDN: 11.050573.02

Penguji 1


Yulianyah, S.Kom., M.M
NIDN: 11.230391.02

Penguji 2


Ika Niswatin Budiarti, S.Psi., M.M
NIDN: 11.080189.03

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi


Adi Asmar Anur, M.Si
NIDN: 11.231083.01

Ketua Jurusan Manajemen


Dedik Wirvawan, ST., M.M
NIDN: 11.191179.01

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa

Skrripsi yang berjudul:

Pengaruh Kompetensi SDM Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Dengan Intervening Inovasi Produk Bakery (Studi Kasus Pada UMKM di Kabupaten Bulungan)

Disusun oleh Juan Andini Silip, NPM: 201841005 telah disetujui dan
dipertahankan didepan dewan penguji pada tanggal 25 Juli 2022

TIM PENGUJI

Pembimbing : Dewi Qomariah Imelda, MM, Ak
NIDN: 11.050573.02

Penguji 1 : Yuliansyah, S.Kom., MM
NIDN : 11.230391.02

Penguji 2 : Ika Niswatin Budiarti S.Psi.M.M
NIDN : 11.080189.03

Dekan Fakultas Ekonomi

Adi Asman Nur, M.Si
NIDN : 11.231083.01
Dedi Wiryawan, ST, MM
NIDN : 11.191179.01

PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak ada karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam sebuah naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur duplikat atau jiplakan, saya bersedia skripsi dan gelar sarjana atas nama saya dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.



Tanjung Selor, 25 Juli 2022

Juan Andini Silip

Kata Pengantar

Puji Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa sehingga penelitian skripsi ini dapat diselesaikan. Dengan judul "Pengaruh Kompetensi SDM Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Dengan Intervening Inovasi Produk Bidang Bakery, (Studi Kasus Pada UMKM di Kabupaten Bulungan)".

Terimakasih kepada orang tua dan kakak-kakak tercinta serta keluarga yang membantu saya secara material dan moral, sehingga Skripsi ini bisa selesai, tentu peneliti tidak dapat menyebutkan peran mereka satu – persatu dalam membantu peneliti sehingga penyusunan Skripsi ini dapat selesai. Namun secara khusus peneliti ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Abdul Jabarsyah, M.Sc. Selaku Rektor Universitas Kaltara
2. Adi Aspian Nur, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara.
3. Dedik Wiryawan, S.T.,MM. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara
4. Dewi Qomariah Imelda, MM.Ak. Selaku Dosen Wali dan Dosen Pembimbing Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara.
5. Seluruh Staf Pengajar Dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara.
6. Teman – Teman Seangkatan, Terima Kasih Untuk Saling Berbagi Pengalaman Dan Dukungan Semangatnya
7. Dan Seluruh Pihak Yang Telah Banyak Membantu Yang Tidak Dapat Disebutkan Satu Persatu.

Semoga hasil penelitian ini bisa bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Tentu hasil penelitian ini masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu atas segala kritik dan saran untuk perbaikan penelitian ini saya ucapkan terima kasih.

Tanjung sator, 25 Juli 2022


Juan Andini Silip

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa dan atas dukungan serta do'a dari orang tercinta, akhirnya Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan Bahagia saya ucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada:

Ayahanda tersayang Berlin S.Pd, M.SI dan juga Alm. ibunda tersayang Nelly, sebagai laki-laki dan perempuan nomor satu dalam hidupku.

Saudara ku dan saudariku Ririn Istorinae S.pi, Briпка Riki Septria, Serka Rian Adipradipta, Riak Tahasak, Wekat Kabarat dan para Keluarga. Yang Telah Memberikan Doa Terbaik Dan Dukungan Untukku.

Terimakasih Kepada

Teman-teman terbaik ku Sari Maharani Alpianti, Wafiq Nur Azizah, Mar'atu Aisyah, Sari Ramadani, Fira Octavia, teman seperjuangan dan semua teman – teman seangkatan di jurusan manajemen fakultas ekonomi.

Serta orang-orang yang kukenal dan yang pernah mengenalku

ABSTRAK

Juan Andini Silip, Pengaruh Pengaruh Kompetensi SDM Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Dengan Intervening Inovasi Produk Bakery (Study Kasus Pada UMKM di Kabupaten Bulungan), dibawah bimbingan Dewi Qomariah Imelda, MM.Ak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Kompetensi SDM berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Dengan Intervening Inovasi Produk Bakery. Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelaku UMKM Pada Bidang Bakery. Jumlah responden yang diteliti adalah sebanyak 160 responden. Pengumpulan data berupa kuisioner, teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah SPSS 23 dan *structural equation modeling* (SEM).

Hasil penelitian ini adalah, pertama, ditemukan bahwa terdapat hubungan Kompetensi SDM terhadap Inovasi berpengaruh signifikan, dimana Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel 3.53. yang berarti dapat dikategorikan baik. Sedangkan nilai rata – rata pada variabel Inovasi adalah 3.80. Hal ini menunjukkan pengaruh signifikan.

kedua Variabel Kompetensi SDM berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing, Berdasarkan hasil analisis, koefisien hubungan antara Kompetensi SDM (X1) dengan Keunggulan Bersaing (Y2) adalah sebesar 0.95 dengan p-value 0.000. Karena nilai p-value <0.05 mengidentifikasikan bahwa Kompetensi SDM berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Artinya semakin baik Kompetensi SDM, maka akan semakin tinggi pula Keunggulan bersaing.

Untuk variabel Inovasi berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing, Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel Inovasi 3.80. yang berarti dapat dikategorikan baik. Sedangkan nilai rata – rata pada variabel Keunggulan Bersaing adalah 3.19. Hal ini menunjukkan pengaruh tidak signifikan.

Kata kunci : Kompetensi SDM, Inovasi, dan Keunggulan Bersaing.

ABSTRACT

Juan Andini Silip, The Influence of Human Resource Competence on Competitive Advantage of UMKM with Bakery Product Innovation Intervening (Case Study on UMKM in Bulungan Regency), under the guidance of Dewi Qomariah Imelda, MM.Ak

The purpose of this study was to determine whether HR Competence has an effect on the Competitive Advantage of UMKM with Bakery Product Innovation Intervening. The method used in this study is a quantitative method. The population in this study is UMKM in the Bakery sector. The number of respondents studied were 160 respondents. The data collection is in the form of a questionnaire, the data analysis technique used in this study is SPSS 23 and structural equation modeling (SEM).

The results of this study are, firstly, it was found that there is a relationship between HR competency and innovation with a significant effect, where based on the results of descriptive analysis, the average value of the variable is 3.53. which means it can be categorized as good. While the average value on the Innovation variable is 3.80. This shows a significant effect.

Both HR Competency Variables have a significant effect on Competitive Advantage. Based on the results of the analysis, the coefficient of the relationship between HR Competence (X1) and Competitive Advantage (Y2) is 0.95 with a p-value of 0.000. Because the p-value < 0.05 indicates that HR competence has a significant effect on Competitive Advantage. This means that the better the competence of human resources, the higher the competitive advantage.

For the Innovation variable has a significant effect on Competitive Advantage, based on the results of descriptive analysis, it shows that the average value of the Innovation variable is 3.80, which means that it can be categorized as good. While the average value on the Competitive Advantage variable is 3.19. This shows that the effect is not significant.

Keywords: *HR Competence, Innovation, and Competitive Advantage.*

Kata Pengantar

Puji Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa sehingga penelitian skripsi ini dapat diselesaikan. Dengan judul "Pengaruh Kompetensi SDM Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Dengan Intervening Inovasi Produk Bidang Bakery, (Studi Kasus Pada UMKM di Kabupaten Bulungan)".

Terimakasih kepada orang tua dan kakak-kakak tercinta serta keluarga yang membantu saya secara material dan moral, sehingga Skripsi ini bisa selesai, tentu peneliti tidak dapat menyebutkan peran mereka satu – persatu dalam membantu peneliti sehingga penyusunan Skripsi ini dapat selesai. Namun secara khusus peneliti ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Abdul Jabarsyah, M.Sc. Selaku Rektor Universitas Kaltara
2. Adj Aspian Nur, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara.
3. Dedik Wiryawan, S.T,MM. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara
4. Dewi Qomariah Imelda, MM.Ak. Selaku Dosen Wali dan Dosen Pembimbing Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara.
5. Seluruh Staf Pengajar Dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara.
6. Teman – Teman Seangkatan, Terima Kasih Untuk Saling Berbagi Pengalaman Dan Dukungan Semangatnya
7. Dan Seluruh Pihak Yang Telah Banyak Membantu Yang Tidak Dapat Disebutkan Satu Persatu.

Semoga hasil penelitian ini bisa bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Tentu hasil penelitian ini masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu atas segala kritik dan saran untuk perbaikan penelitian ini saya ucapkan terima kasih.

Tanjung selor, 25 Juli 2022


Juan Andini Silip

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
RIWAYAT HIDUP	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 LatarBelakang.....	1
1.2 RumusanMasalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Manajemen Sumber Daya Manusia	7
2.1.2 Kompetensi SDM	10
2.1.3 Inovasi	13
2.1.4 Keunggulan Bersaing	17
2.1.5 UMKM	24
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.2.1 M.S.Rugian, B. Tawel., RN. Taroreh(2019)	28
2.2.1 Khaerul Syobar (2016).....	30

2.2.3	Chamdan Wahid Sobirin (2020)	32
2.2.4	Dwi Kusuma Ramdani (2017)	34
2.2.5	Fatma Nurussakinah (2018)	35
2.3	Hubungan Antar Variabel dan hipotesis	37
2.3.1	Kompetensi SDM dan Keunggulan Bersaing.....	37
2.3.2	Kompetensi SDM dengan Inovasi	38
2.3.3	Inovasi dengan Keunggulan Bersaing.....	39
2.4	Kerangka Konseptual.....	39

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian Dan Sifat Penelitian	41
3.2	Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	42
3.3	Populasi dan sampel Penelitian.....	43
3.3.1.	Populasi	43
3.3.2.	Sampel	43
3.4	Sumber Data Dan Metode Pengumpulan Data.....	44
3.5	Definisi Operasional Variabel Penelitian	45
3.6	Instrumen Penelitian.....	46
3.7	Metode Analisis Data.....	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBELIAN

4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	58
4.2	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	60
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian	65
4.4	Instrumen Penelitian.....	72
4.4.1	Uji Validitas	73
4.4.2	Uji Reliabilitas	74
4.5	Hasil Uji Asumsi.....	74
4. 5.1	Normalitas	75
4. 5.2	Outlier	75
4. 5.3	Linieritas	76
4. 5.4	Goodness Of Fit Model.....	77
4. 5.5	Model Pengukuran (CFA).....	78

4.6 Model Structural	83
4.7 Pengujian Hipotesis.....	86
4.7.1 Pengaruh Kompetensi SDM (X1) Terhadap Inovasi (Y1).....	86
4.7.2 Pengaruh Kompetensi SDM Terhadap Keunggulan Bersaing.....	87
4.7.3 Pengaruh Inovasi (Y1) Terhadap Keunggulan Bersaing (Y2)	87
4.8 Pembahasan	88
4.8.1 Pengaruh Kompetensi SDM (X1) terhadap Inovasi (Y1).....	88
4.8.2 Pengaruh Kompetensi SDM (X1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y2)	89
4.8.3 Pengaruh Inovasi (Y1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y2)	91
4.9 Koefisien Determinasi.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Wawancara Pelaku Usaha UMKM	2
Tabel 3.1	Rencana Jadwal Kegiatan Penelitian Skripsi.....	42
Tabel 3.2	Kriteria <i>Good of Fit</i>	54
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Pendidikan	62
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Lama Usaha	64
Tabel 4.5	Tabel Nilai dan Predikat	65
Tabel 4.6	Deskripsi Variabel Kompetensi SDM (X1)	66
Tabel 4.7	Deskripsi Variabel Inovasi (Y1).....	68
Tabel 4.8	Deskripsi Variabel Keunggulan Bersaing (Y2).....	71
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Gabungan	73
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Gabungan	74
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Asumsi Linieritas.....	76
Tabel 4.12	Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit Overall Model</i>	77
Tabel 4.13	Hasil Pengujian <i>Measurement Model</i> Variabel Kompetensi SDM (X1).....	78
Tabel 4.14	Hasil Pengujian <i>Measurement Model</i> Variabel Inovasi (Y1)	80
Tabel 4.15	Hasil Pengujian <i>Measurement Model</i> Keunggulan Bersaing (Y2).....	82
Tabel 4.16	Hasil Analisis Jalur	84
Tabel 4.17	Model Sktrural Hasil SEM Pengaruh Tidak Langsung.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Hasil Wawancara Terhadap Pelaku Usaha UMKM	3
Gambar 2.1	Gambaran Kerangka Konseptual	40
Gambar 4.1	Produk Bakery	59
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Pendidikan	63
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Lama Usaha	64
Gambar 4.6	Hasil Pengukuran Model Dengan SEM	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....	96
Lampiran 2	Data Kuesioner.....	98
Lampiran 3	Uji Instrumen Penelitian.....	107
Lampiran 4	Uji Deskriptif	111
Lampiran 5	Uji Linieritas	119
Lampiran 6	Uji Asumsi.....	121
Lampiran 7	Default Model.....	126

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah istilah umum dalam dunia ekonomi yang merujuk kepada usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh undang-undang No. 20 tahun 2008. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) artinya bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil. Berikut ini data-data UMKM di Kabupaten Bulungan Tahun 2021 yaitu: Seluruh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bulungan berjumlah 8.779. Pelaku usaha yang terdiri usaha mikro sebanyak 8.296, jumlah usaha kecil sebanyak 431 dan jumlah usaha menengah sebanyak 52. (Disperndagkop Kabupaten Bulungan, 2021).

Dari banyaknya UMKM yang ada di Kabupaten Bulungan, khususnya pada usaha di bidang *bakery* tidak adanya perkembangan. Padahal peluang untuk terus berkembang sangatlah besar. Berdasarkan observasi yang dilakukan, peneliti menemukan kendala pada pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya yaitu: 1.) Adanya Produk yang di buat/dijual rata-rata sama, mengikuti musim atau *trend* maka semua usaha dalam bidang *bakery* akan sama dengan usaha bakery yang lainnya dan usaha tersebut tidak memiliki ciri khas atau tidak menciptakan ide baru, 2). Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ditemukan ada usaha yang mulai redup dikarenakan pelaku usaha tidak melakukan trobosan baru seperti

melakukan perubahan pada produknya melalui inovasi. 3). *Stuck* diam ditempat atau tidak maju pada usaha yang mereka miliki karena pelaku usaha tidak mengembangkan usaha yang sudah mereka miliki. Dari kendala tersebut bagaimana pelaku bisa bersaing dengan kompetitor lainnya untuk bisa bersaing dan memiliki keunggulan pada produk mereka.

Untuk memperkuat penelitian ini peneliti melakukan observasi awal ke lapangan dengan mengajukan pertanyaan kepada 20 pelaku usaha, dalam hal ini menjadi responden peneliti yaitu Dalam menjalankan usaha untuk dapat bersaing apakah diperlukan kemampuan untuk berinovasi? dengan jawaban Iya / Tidak. Dari pertanyaan tersebut, diperoleh hasil sebagai berikut:

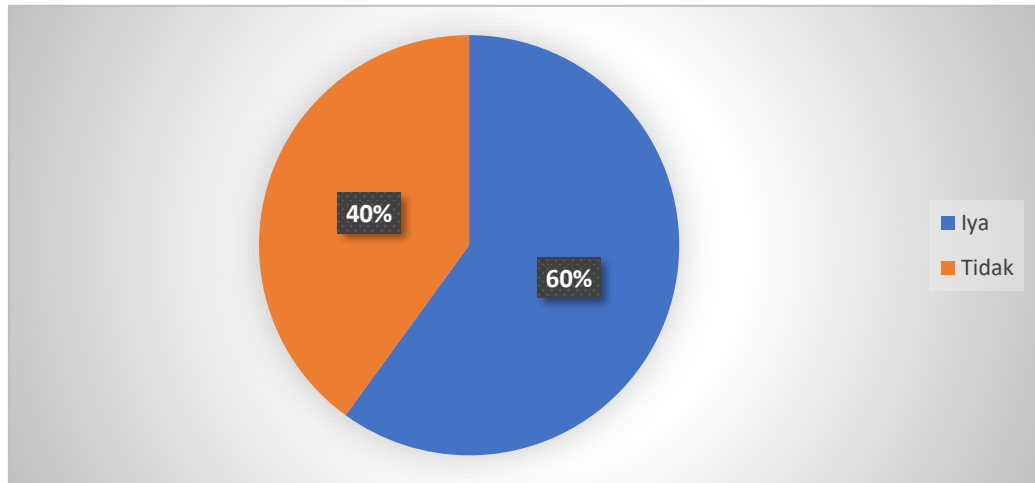
Tabel 1.1
Hasil Wawancara Terhadap Pelaku Usaha UMKM di Kabupaten
Bulungan

NO	Kompetensi SDM			
	Iya	%	Tidak	%
1.	12	60	8	15
Jumlah	12	60	8	40

Sumber : data diolah, 2022

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dalam menjalankan usaha untuk dapat bersaing apakah diperlukan kemampuan untuk berinovasi?, dari hasil tabulasi data di atas dapat dituangkan dalam bentuk grafik seperti Gambar 1.1 berikut ini:

Gambar 1.1
Hasil Wawancara Terhadap Pelaku Usaha UMKM di Kabupaten Bulungan



Sumber : grafik diolah, 2022

Dari table 1.1 dan gambar 1.1 diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Iya dalam menjalankan usaha untuk dapat bersaing diperlukan kemampuan untuk berinovasi ini sebanyak 12 orang atau 60% dan 8 orang atau 40% yang menjawab tidak. Banyak pelaku usaha yang menjawab bahwa dalam menjalankan usaha diperlukan kemampuan berinovasi, tetapi setelah peneliti melakukan pertanyaan lebih lanjut bahwa usaha yang mereka miliki kurang berkembang dalam berinovasi, padahal hampir semua pelaku usaha mengetahui bahwa inovasi sangat dibutuhkan untuk usaha mereka agar dapat bersaing dengan pesaing lain nya tetapi para pelaku usaha tidak melakukan sebuah inovasi. Inovasi yang harus mereka terapkan seperti inovasi pada produk, pelayanan yang semakin baik, proses produksi yang di tingkatkan, pasar dan *logistic* . Maka dari itu dugaan awal peneliti tidaklah salah karena pelaku usaha UMKM khususnya pada bidang *bakery* harus memiliki keterampilan, keterampilan yang dimaksud seperti keterampilan dalam menciptakan sebuah inovasi agar dapat berkembang dalam sebuah ide-ide atau ciptaan baru tanpa mengikuti pesaing lainnya, selain

keterampilan pelaku usaha juga harus memiliki kecakapan dalam berusaha, mengapa seperti itu karena adanya kecakapan maka pelaku usaha dapat memiliki potensi individu untuk melakukan sesuatu, tanpa kecakapan aktivitas apapun besar kemungkinan tidak akan bisa dilakukan, walaupun aktivitas tersebut bisa dilakukan besar kemungkinan tujuan tidak tercapai karena kualitas aktivitas yang bersangkutan kurang, kecakapan disini juga seperti cakap dalam mengelola atau *memanagement* keuangan karena sebuah inovasi pasti memerlukan modal dan pelaku usaha juga harus memiliki kemampuan seperti memahami teknologi seperti sosial media, sebuah inovasi juga dapat dilakukan dengan adanya teknologi, maka dari itu pelaku usaha harus memiliki kemampuan agar tidak ketinggalan jaman yang semakin hari semakin berkembang, adanya kemampuan ini juga pelaku usaha lebih leluasa dalam memperkenalkan produknya serta dapat mencari referensi ide dalam mengembangkan usaha mereka, itulah hal-hal yang harus dimiliki pelaku usaha agar dapat bersaing dengan kompetitor lain melalui inovasi. Maka dari itu pentingnya pelaku usaha harus memiliki kecakapan, keterampilan, kemampuan menurut Rivai (2014:298), apabila sudah memiliki ketiga hal tersebut maka pelaku usaha dapat berinovasi, Inovasi mencakup kreatifitas dalam menciptakan produk baru, jasa, ide, atau proses baik yang sudah ada dalam organisasi maupun yang dikembangkan dari luar organisasi (Jannah, 2014). Jika sudah mengembangkan produk melalui inovasi maka usaha tersebut bisa bersaing dengan pesaing lainnya menurut Sunyoto (2015:1) Keunggulan bersaing adalah kemampuan yang dapat diukur dengan mengembangkan produk secara *special* dan lebih menguntungkan dibanding para pesaing.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik mengajukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kompetensi SDM Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Dengan Intervening Inovasi Produk Bidang *Bakery* (Studi Kasus Pada UMKM di Kabupaten Bulungan)”**

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan maka penulis mencoba merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kompetensi SDM berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM di Kabupaten Bulungan?
2. Apakah kompetensi SDM berpengaruh signifikan terhadap inovasi UMKM di Kabupaten Bulungan?
3. Apakah inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM di Kabupaten Bulungan?
4. Apakah kompetensi SDM secara tidak langsung terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi berpengaruh?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui besarnya signifikan kompetensi SDM terhadap keunggulan bersaing UMKM di Kabupaten Bulungan.
2. Untuk mengetahui besarnya signifikan kompetensi SDM terhadap inovasi produk UMKM di Kabupaten Bulungan.

3. Untuk mengetahui besarnya signifikan inovasi terhadap keunggulan bersaing UMKM di Kabupaten Bulungan.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara tidak langsung kompetensi SDM terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi?

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti. Untuk melatih dan mengembangkan kemampuan dalam bidang penelitian, serta menambah wawasan dan pengetahuan peneliti tentang pengaruh Kompetensi SDM terhadap Keunggulan Bersaing UMKM dengan Intervening Inovasi Produk.
2. Bagi kalangan akademisi. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan tambahan referensi pada penelitian dengan topik serupa di masa mendatang dan bahan pengembangan penelitian selanjutnya mengenai seberapa penting Kompetensi SDM Terhadap Keunggulan Bersaing dengan Intervening Inovasi Produk.
3. Bagi UMKM. Diharapkan hasil dari penelitian ini menjadi masukan dan sumbangan pemikiran pada Pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Bulungan dalam meningkatkan Kompetensi SDM Terhadap Keunggulan Bersaing dengan Intervening Inovasi Produk.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 LANDASAN TEORI

2.1.1 Manajemen Sumber Daya Manusia

2.1.1.1 Definisi Manajemen Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan salah satu asset yang penting oleh karena itu harus dikelola secara cermat dan sejalan dengan kebutuhan organisasi, beberapa pengertian MSDM diantaranya disampaikan oleh:

Mondy dan Noe (2016) mendefinisikan manajemen sumber daya manusia (*human resource management*) sebagai pendayagunaan sumber daya manusia untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Malayu S.P Hasibuan (2016) menyampaikan bahwa MSDM adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat.

Sementara itu Hani Handoko (2016) mengatakan bahwa MSDM adalah penarikan, seleksi, pengembangan, pemeliharaan dan penggunaan sumber daya manusia untuk mencapai tujuan-tujuan individu dan organisasi/perusahaan, serta Boone & Kurtz (2013) mengatakan bahwa manajemen sumber daya manusia adalah fungsi untuk menarik, mengembangkan dan mempertahankan karyawan yang memiliki kualifikasi untuk melaksanakan aktivitas yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Demikian juga Henry Simamora (2012) menyampaikan bahwa, manajemen sumber daya manusia (*human resources management*) adalah pendayagunaan, pengembangan, penilaian, dan pengelolaan individu anggota organisasi atau kelompok karyawan.

2.1.1.2 Peranan MSDM

Manajemen seperti yang kita ketahui adalah ilmu yang memberikan kita pengetahuan tentang cara-cara menyelesaikan masalah dan mencapai tujuan menggunakan orang lain. Oleh karenanya perlu mengetahui peranan MSDM sehingga dapat mengetahui pentingnya sumber daya manusia, yang merupakan inti dari manajemen itu sendiri. (Larasati, Sri 2018)

1. Melakukan analisis jabatan (menetapkan jumlah, kualitas, dan penempatan tenaga kerja yang efektif sesuai dengan kebutuhan perusahaan berdasarkan *job description, job specification, job requirement, dan job evaluation*.
2. Merencanakan kebutuhan tenaga kerja dan rekrutmen (menetapkan penerikan, seleksi), dan penempatan karyawan berdasarkan *prinsip the right man in the right place and the right man on the right job*.
3. Menetapkan upah, gaji dan cara memberikan kompetensi, memberikan insentif.
4. Menetapkan program kesejahteraan, pengembangan, promosi, mutasi, pension dan pemberhentian.
5. Mengatur program Pendidikan, Latihan, dan penilaian prestasi karyawan.
6. Membangun komitmen kerja.

7. Mensosialisasikan, melaksanakan dan mengevaluasi pelaksanaan K3.
8. Menyelesaikan perselisihan antar karyawan atau perselisihan peburuhan.
9. Menyelesaikan keluhan dan relationship karyawan.
10. Meramalkan penawaran & permintaan SDM pada masa yang akan datang.
11. Memperkirakan keadaan perekonomian pada umumnya dan perkembangan perusahaan pada khususnya.
12. Memonitor UU perburuhan & kebijakan balas jasa perusahaan sejenis.
13. Memonitor perkembangan serikat buruh.

Selain peranan tersebut diatas ada beberapa peran dan pentingnya MSDM diantaranya adalah: (Larasati,2018)

1. Peran administrasi manajemen sumber daya manusia
Peran ini difokuskan pada pemrosesan dan penyimpanan data, yang meliputi penyimpanan database dan arsip pegawai, proses klaim keuntungan, kebijakan organisasi tentang program pemeliharaan dan kesejahteraan pegawai, pengumpulan dokumen, dan sebagainya. (pekerjaan yang bersifat administratif).
2. Peran operasional manajemen sumber daya manusia
Peranan lini lebih bersifat teknis, yang (meliputi pemrosesan lamaran pekerjaan, proses seleksi dan wawancara, kepatuhan terhadap kebijakan peraturan, peluang bekerja, pelatihan dan pengembangan, program K3, dan sistem kompetensi), aktifitas harus dilakukan dan melibatkan koordinasi dengan para manajer dan *supervisor* di semua jenjang organisasi. Penekanan pada operasional masih banyak terjadi di beberapa organisasi

sebab keterbatasan kemampuan individu dan penolakan manajemen puncak terhadap peran sumber daya manusia yang makin besar.

3. Peran strategis manajemen sumber daya manusia

Keunggulan kompetitif dari unsur sumber daya manusia merupakan kelebihan yang dimiliki oleh peran ini. Peran strategis menekankan bahwa orang-orang dalam organisasi merupakan sumber daya yang penting dan investasi organisasi yang besar, maka harus fokus pada masalah-masalah dan implikasi sumber daya manusia jangka Panjang.

Begitu pentingnya peran MSDM sehingga sering kali MSDM disebut sebagai kompetensi inti dalam organisasi. Sebagai kompetensi inti MSDM menempatkan fungsinya sebagai bagian dari inovasi, produktivitas, pelayanan prima, keterampilan khusus, kemampuan luar biasa dalam organisasi. (Larasati,Sri 2018).

2.1.2 Kompetensi SDM

2.1.2.1 Definisi Kompetensi SDM

Robert J.Eaton dalam Wilson Bangun (2012:5) mengatakan bahwa kendala yang dihadapi perusahaan dalam menghadapi globalisasi adalah keterbatasan sumber daya manusia. Oleh karena itu sumber daya manusia memiliki peranan penting dalam kompetensi baik jangka pendek maupun jangka Panjang.

Kompetensi merupakan karakteristik dasar seseorang yang memungkinkan mereka mengeluarkan kinerja *superior* dalam pekerjaannya. Kompetensi SDM adalah karakteristik yang ada dalam diri individu yang berhubungan dengan kriteria

acuan yang efektif dan atau *superior performance* dalam situasi kerja (Spencer & Spencer, 1993).

Rivai (2014:298) menyebutkan, kompetensi SDM adalah kecakapan, keterampilan, kemampuan. Kompetensi mengacu kepada atribut/karakteristik seseorang yang membuatnya berhasil dalam pekerjaannya.

Menurut Mclelland dalam Sedarmayanti (2012), kompetensi adalah karakteristik yang mendasar yang dimiliki seseorang yang berpengaruh langsung terhadap atau dapat memprediksikan kinerja yang sangat baik.

Dalam pengembangan SDM berbasis kompetensi, terdapat beberapa manfaat dari kompetensi tersebut. (Yusup,2021)

1. Manfaat terhadap pegawai atau karyawan

Penerapan keterampilan yang dimiliki seseorang untuk bekerja secara otomatis akan mendapatkan pengakuan kualifikasi. Kompetensi juga bisa digunakan untuk pengembangan karir menuju jenjang berikutnya. Mereka bisa terus meningkatkan keterampilan dengan mengikuti berbagai pelatihan yang ada.

2. Manfaat kompetensi bagi organisasi

SDM yang kompetensinya sudah teridentifikasi akan memberikan manfaat melalui keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan sebuah organisasi. Adanya kompetensi juga menjadi dasar dalam sistem kualifikasi nasional yang dibutuhkan *industry* (Yusup,2021).

Dari beberapa pendapat di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa kompetensi SDM adalah kemampuan, keterampilan, kecakapan, kriteria acuan

yang efektif atau *superior performance* pada seseorang agar sumber daya manusia dapat memiliki kompetensi dalam meningkatkan kinerja seseorang tersebut.

2.1.2.2 Indikator Kompetensi SDM

Menurut (Spencer and Spencer 1993) terdapat lima indikator yang dapat digunakan untuk menentukan kompetensi SDM. Kelima indikator tersebut antara lain:

1. Motif (*motives*), adalah sesuatu dimana seseorang secara konsisten berfikir sehingga ia melakukan tindakan. Misalnya, orang memiliki motivasi berprestasi secara konsisten mengembangkan tujuan-tujuan yang memberi tantangan pada dirinya dan bertanggung jawab penuh untuk mencapai tujuan tersebut serta mengharapkan *feedback* untuk memperbaiki dirinya.
2. Watak (*traits*), adalah watak yang membuat orang untuk berperilaku atau bagaimana seseorang merespons sesuatu dengan cara tertentu. Misalnya percaya diri, kontrol diri, stress, atau ketabahan.
3. Konsep diri (*self concept*), adalah sikap dan nilai-nilai yang dimiliki seseorang. Sikap dan nilai diukur melalui tes kepada responden untuk mengetahui bagaimana nilai yang dimiliki seseorang, apa yang menarik bagi seseorang melakukan sesuatu. Misalnya, seseorang yang dinilai menjadi pimpinan seyogianya memiliki perilaku kepemimpinan sehingga perlu adanya tes tentang *leadership ability*.
4. Pengetahuan (*knowledge*), adalah informasi yang dimiliki seseorang untuk bidang tertentu. Pengetahuan merupakan kompetensi yang kompleks. Skor

atas tes pengetahuan sering gagal untuk memprediksi kinerja SDM karena skor tersebut tidak berhasil mengukur pengetahuan dan keahlian seperti apa seharusnya dilakukan dalam pelerjaan. Tes pengetahuan mengukur kemampuan peserta tes untuk memilih jawaban yang paling benar, tetapi tidak bisa melihat apakah seseorang dapat melakukan pekerjaan berdasarkan pengetahuan yang dimiliki.

5. Keterampilan (*skill*), adalah kemampuan untuk melaksanakan suatu tugas tertentu baik secara fisik maupun mental. Misalnya, seorang programmer komputer membuat suatu program yang berkaitan dengan SIM SDM.

Komponen kompetensi yang motif, karakter pribadi, dan konsep diri dapat meramalkan suatu perilaku tertentu yang pada akhirnya akan muncul sebagai prestasi kerja. Kompetensi juga selalu melibatkan intensi (kesengajaan) yang mendorong sejumlah motif atau karakter pribadi untuk melakukan suatu aksi menuju terbentuknya suatu hasil.

2.1.3 Inovasi

2.1.3.1 Defenisi Inovasi

Inovasi produk berkaitan erat dengan peluncuran produk. Salah satu bentuk dari inovasi produk adalah adanya produk baru. Produk baru meliputi produk orisinil, produk yang disempurnakan, produk yang dimodifikasi dan merek baru yang dikembangkan melalui usaha riset dan pengembangan (Haryono dan Marniyanti, 2017).

Inovasi yang berkelanjutan dalam suatu perusahaan merupakan kebutuhan mendasar yang akan mampu menciptakan keunggulan kompetitif, sehingga inovasi merupakan sebuah fungsi penting dari manajemen karena inovasi akan menentukan suatu kinerja bisnis yang superior. (Utaminingsih, 2016).

Inovasi sendiri didefinisikan sebagai mengambil ide-ide kreatif dan mengubahnya menjadi produk atau metode kerja yang berguna (Robbins & Coulter, 2016).

Inovasi bisa diartikan sebagai proses adaptasi produk, jasa, ide, atau proses baik yang sudah ada dalam organisasi maupun yang dikembangkan dari luar organisasi (Jannah, 2014).

Dari beberapa pendapat di atas, maka dapat disimpulkan Inovasi merupakan ide-ide kreatif, adaptasi produk, dan untuk mengubah menjadi produk yang baru atau produk yang dikembangkan.

2.1.3.2 Tujuan Inovasi Produk

Tujuan perusahaan untuk melakukan inovasi produk adalah untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan karena produk yang telah ada rentan terhadap perubahan dan selera konsumen, teknologi, siklus hidup yang lebih singkat, serta meningkatnya persaingan *domestic* dan luar negeri. Pada saat ini ditengah persaingan yang begitu ketat, barang yang ditawarkan kepada konsumen haruslah bervariasi dengan segala kelebihan dan kecanggihannya. Inovasi produk yang dilakukan haruslah melalui penelitian pasar agar produk yang dihasilkan haruslah melalui penelitian pasar agar produk yang dihasilkan dapat sesuai dengan

selera dan kebutuhan konsumen. Inovasi produk merupakan cara meningkatkan nilai sebagai sebuah komponen kunci kesuksesan sebuah operasi bisnis yang dapat membawa perusahaan memiliki keunggulan kompetitif dan menjadi pemimpin pasar meskipun perusahaan mementingkan mutunya, tetapi apabila perusahaan tidak mempertahankan selera konsumen, maka akan menyebabkan produknya tidak diminati, bahkan konsumennya akan beralih pada produk lain, sehingga penjualan akan turun (Arianti, 2012).

2.1.3.3 Jenis Inovasi

Terdapat lima kemungkinan jenis inovasi yang dapat dilakukan oleh perusahaan, yaitu: (Herdianan, 2013)

1. Pengenalan produk baru atau perubahan kualitatif dari produk yang sudah ada,
2. Proses inovasi baru bagi *industry*,
3. Pembukaan pasar baru,
4. Pengembangan sumber-sumber pasokan bahan baku baru atau input lainnya, serta
5. Perubahan dalam organisasi.

Inovasi produk merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan metode dan alat, serta peningkatkan kualitas. Berdasarkan sumbernya, menjelaskan beberapa klafikasi dari inovasi, meliputi; inovasi yang dimulai dari munculnya organisasi (*Emergent*), inovasi yang diadopsi dari dalam perusahaan lain (*Imported*) dan inovasi yang didorong dari luar organisasi (*Imposed*). (Herdiana, 2013).

2.1.3.4 Indikator Inovasi

Menurut (Cyntia, 2014)) terdapat enam indikator yang dapat digunakan untuk menentukan inovasi. Keenam indikator tersebut antara lain:

1. Perluasan Lini Produk, produk yang tidak asing bagi perusahaan tetapi baru bagi pasar.
2. Produk Tiruan/Imitasi, produk yang dinilai baru oleh sebuah usaha tetapi familiar dengan pasar.
3. Produk Baru, produk yang dinilai baru oleh perusahaan maupun pasar.

Menurut Aloysius Gunadi Brata (2019:101) inovasi sering dikaitkan dengan kebaruan, dalam artian bahwa inovasi adalah suatu hal yang baru bagi pengrajin. Namun demikian, inovasi yang dilakukan oleh seseorang pengrajin secara relative belum tentu benar-benar baru bagi pengrajin lainnya. Indikator inovasi meliputi:

1. Produk, seperti produk baru, perubahan komponen produk, perubahan desain produk.
2. Pelayanan, seperti perubahan cara melayani pelanggan/pembeli, jenis pelayanan baru.
3. Proses, seperti perbaikan proses produksi yang sudah ada, pemanfaatan alat/teknologi baru.
4. Pasar, lokasi/tujuan pemasaran yang baru, segmen pasar yang baru.
5. *Logistic*, seperti penggunaan bahan baku yang baru, penggunaan sumber pasokan bahan baku yang baru.

6. Organisasi usaha, seperti sistem pengolahan produksi yang baru, penggunaan control kualitas produksi, penyederhanaan pengambilan keputusan, pengembangan tenaga kerja dengan cara yang baru.

2.1.4 Keunggulan Bersaing

2.1.4.1 Definisi Keunggulan Bersaing

Menurut Almarri & Gardiner (2014), keunggulan bersaing adalah kemampuan yang dimiliki suatu bisnis atau perusahaan dalam menciptakan nilai lebih dari pesaingnya sehingga dapat menghasilkan *return of investment* yang lebih tinggi.

Menurut Sunyoto (2015:1) Keunggulan bersaing adalah kemampuan yang dapat diukur dengan mengembangkan produk secara *special* dan lebih menguntungkan dibanding para pesaing.

Alamsyah (2016) menyatakan keunggulan bersaing merupakan perbedaan produk atau jasa yang diciptakan dari persaingnya dalam menembus pasar.

Dari beberapa pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing adalah kemampuan yang dimiliki suatu bisnis untuk menciptakan nilai, dapat mengembangkan produk secara *special* dan menghasilkan *return of investment* yang lebih tinggi.

2.1.4.2 Konsep Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (*Sustainable Competitive Advantage/SCA*).

Sustainable Competitive Advantage (SCA) menurut perspektif berbasis kompetensi dalam manajemen strategis sebagai suatu pengembangan dari perspektif sumber daya dan kapabilitas dinamis dari RBV. Di sini dikemukakan tentang *fragmentasi* dalam manajemen strategis dan kecenderungan menuju integrasi atau sintesis melalui perspektif berbasis kompetensi. Kedua, pengembangan kompetensi secara dinamis, sistemik, dan *holistic* sebagai strategi untuk membangun dan mempertahankan kinerja serta SCA organisasi. Dalam hal ini dikemukakan tentang model sistem terbuka yang menjelaskan integrasi antara organisasi dengan lingkungan eksternal menurut CBSM, pengembangan kompetensi-kompetensi pada berbagai level menurut pendekatan statis dan dinamis, dan ancaman-ancaman terhadap kompetensi organisasi serta strategi melindungi atau mempertahankan kompetensi. Keunggulan kompetitif akan diperoleh organisasi yang memiliki aset atau kapabilitas yang khas. *Profitabilitas* perusahaan ditentukan oleh berapa jumlah, sumber daya, kapabilitas yang ada (Mudrajat Kuncoro , 2015).

Keunggulan bersaing seharusnya dipandang sebagai suatu proses dinamis bukan sekedar dilihat sebagai hasil akhir. Keunggulan bersaing memiliki tahapan proses yang terdiri atas sumber keunggulan, keunggulan posisi dan prestasi hasil akhir serta invariasi laba untuk mempertahankan keunggulan (Cravens.D.W, 2016).

Keunggulan bersaing berkaitan dengan cara bagaimana perusahaan memilih dan benar-benar dapat melaksanakan *stratgei generic* ke dalam praktik. (Suwarsono, 2016).

Semua bagian yang ada dalam organisasi, baik yang berupa sumber daya maupun aktifitas, dapat, menjadi keunggulan bersaing melalui 3 alternatif strategi: *cost leadership, differentiation, atau focus*. Dengan memperkenalkan suatu alat yang dikenal sebagai analisis rantai nilai, manajemen dapat memisahkan aktifitas-aktivitas dasar yang dilakukan oleh perusahaan, mulai dari aktivitas desain, proses produksi, pemasaran sampai dengan jasa pelayanan setelah penjualan dan semua kegiatan pendukung mulai dari manajemen sumber daya manusia, infrastruktur, pembebleian dan pengembangan teknologi. Sebuah perspektif baru dan praktis tentang startegi bersaing dengan memperlihatkan bagaimana semua aktifitas dasar dan aktifitas pendukung ini dapat dipadukan sehingga membentuk sinergi yang pada gilirannya akan mendatangkan keunggulan bersaing. Dengan menggunakan analisis rantai nilai ini, menejemen dapat melakukan aktivitas berikut:

1. Memahami perilaku biaya
2. Mengidentifikasi apa yang menciptakan nilai bagi pembeli
3. Memilih strategi teknologi yang mencerminkan signifikansi teknologi perusahaan untuk keunggulan bersaing.
4. Memanejemeni hubungan startegik antara unit usaha yang ada, dan sebagainya.

2.1.4.3 Analisis Keunggulan Bersaing

Untuk menentukan keunggulan bersaing suatu organisasi atau mengidentifikasi peluang baru dalam memperoleh keunggulan, diperlukan analisis konsumen dan persaingan. Beberapa Teknik analisis sebagai berikut: (Cravens, D.W., 2016)

1. Analisis yang berorientasi pada konsumen (*Customer-Oriented Analysis*)
Keunggulan ini meliputi penentuan konsumen, mengidentifikasi nilai yang dicari, perbandingan kinerja organisasi dengan pesaingnya, dan mengidentifikasi alasan mengapa konsumen memilih satu perusahaan lebih hebat dari yang lainnya.
2. Analisis yang berpusat pada pesaing (*Competitor-Centered Analysis*)
Dua teknik yang berguna dalam analisis pesaing adalah analisis rantai nilai (*Value-chain analysis*) dan Teknik patok duga (*benchmarking*).

2.1.4.4 Indikator Keunggulan Bersaing

Menurut Sunyoto (2015:3) terdapat lima dimensi atau indikator yang dapat digunakan untuk menentukan keunggulan bersaing. Kelima dimensi tersebut antara lain:

1. Harga
Perusahaan dapat melawan kompetitor dengan menetapkan harga yang lebih murah, atau menekan biaya serendah mungkin. Keunggulan daya saing dapat diperoleh apabila setiap perusahaan memiliki kemampuan untuk menyajikan setiap proses dalam operasi bisnisnya secara lebih baik

dalam menghasilkan barang dan jasa yang mempunyai kualitas tinggi dengan harga yang bersaing. Sehingga produk yang dihasilkan mampu bersaing baik dari sisi kualitas, harga, penyerahan produk, dan fleksibilitas dibandingkan pesaingnya di pasar.

2. Kualitas

Kualitas adalah faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil yang dimaksudkan atau dibutuhkan. Perusahaan harus benar-benar memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan. Kualitas dapat digunakan sebagai alat strategis untuk mencapai keunggulan bersaing.

3. Pengiriman yang dapat diandalkan

Waktu pengiriman dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif perusahaan, saat perusahaan tersebut mampu untuk mengurangi waktu pengiriman pesanan konsumen atau mengurangi waktu penyediaan jasa kepada konsumen. Selain waktu pengiriman, dalam dimensi *delivery dependability* ini juga mengukur tentang ketepatan jadwal pengiriman, dan sesuai perjanjian dengan konsumen.

4. Inovasi produk

Inovasi produk merupakan penciptaan produk baru yang dihasilkan perusahaan sebagai wujud peningkatan mutu atau kualitas baik dari segi bahan baku, bentuk fisik ataupun kemampuan yang berupa pengenalan produk baru dan mengkonsep ulang barang yang dihasilkan perusahaan.

Inovasi tidak hanya diukur berdasarkan seberapa besar perusahaan yang dibuat terhadap produk, namun ukuran sebuah inovasi juga berdasarkan seberapa besar terpenuhinya kebutuhan para penggunanya.

5. *Time to market*

Bagi perusahaan yang menangani produk-produk inovatif, kecepatan meluncur rancangan-rancangan yang baru sangatlah penting. *Time to market* adalah waktu antara gagasan perancangan produk baru dimulai sampai produk tersebut dipasarkan. Sebagaimana kita ketahui, proses merancang produk baru harus melalui berbagai fase kegiatan dan masing-masing kegiatan tersebut tentunya memakan waktu dan biaya. Kecepatan untuk meluncurkan produk ke pasar menciptakan kesempatan bagi perusahaan untuk mencapai pangsa pasar, kepemimpinan pasar, dan laba. *Time to market* adalah sejauh mana sebuah perusahaan mampu untuk meluncurkan produk baru lebih cepat dari pesaingnya.

2.1.4.5 Peningkatan Keunggulan Bersaing

Peningkatan keunggulan bersaing adalah praktek umum sebuah perusahaan untuk mencari dan mempertahankan posisi di pasar. Beberapa hal yang dapat dilakukan untuk peningkatan keunggulan bersaing organisasi adalah: (Tampubolon Hotner, 2016).

1. Penetapan keunggulan bersaing

Organisasi harus mendapatkan dan mempertahankan keunggulan atas pesaing-pesaing agar berhasil dalam mengembangkan keuntungan atau posisi unggul di pasar.

2. Kepemimpinan biaya

Salah satu cara mengembangkan keunggulan bersaing adalah penerapan kepemimpinan biaya. Sebuah organisasi atau perusahaan yang menyediakan layanan yang sama atau produk yang sama dari pesaingnya tentunya akan berupa mengungguli satu sama lain. Dalam hal ini salah satu upaya yang dilakukan adalah menjual produk atau jasa dengan harga yang lebih rendah dengan para pesaingnya. Dengan demikian, perusahaan dapat memperoleh laba atas *investasi*. Kepemimpinan biaya bukan suatu hak yang mudah karena organisasinya harus mampu mengurangi biaya perunit atas produknya. Upaya ini dapat dilakukan dengan cara menggunakan teknologi baru, merancang metode kerja yang lebih efisien untuk meningkatkan produktivitas atau memangkas biaya overhead sehingga terjadi peningkatan nilai rasio jumlah unit yang diproduksi dibagi dengan total biaya produksi.

3. Diferensiasi produk

Perusahaan menggunakan diferensiasi produk untuk mendapatkan keuntungan keunggulan bersaing dengan memproduksi produk atau jasa yang lebih dipilih oleh pembeli dari pada pesaing. Hal ini dilakukan dengan menciptakan kualitas yang lebih baik, memberikan inovasi dari kekurangan yang dimiliki pesaing, memilih lokasi yang unggul, atau dengan mempromosikan produk dengan kemasan pada kualitas yang lebih tinggi. Keunggulan bersaing terjadi ketika pelanggan bersedia membayar cukup untuk menutupi biaya produksi atas tambahan atau diferensiasi produk.

Pelaksanaan manajemen sumber daya manusia dapat menjadi sumber penting dari keunggulan bersaing melalui kepemimpinan biaya dan diferensiasi produk. Penelitian dan pendapat ahli telah mengungkapkan mengapa pelaksanaan manajemen sumber daya manusia memiliki dampak yang dramatis pada keunggulan bersaing organisasi. (Tampubolon Hotner,2016)

2.1.5 UMKM

2.1.5.1 Definisi UMKM

Secara Umum yang dimaksud dengan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha semua sektor ekonomi (Tulus, 2017:1.1)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perkeonomian Indonesia dan terbukti menjadi katup pengaman perekonomian nasional dalam masa kritis, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi. Selain menjadi sektor usaha yang paling besar kontribusinya terhadap pembangunan nasional. UMKM juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran. Sementara itu kelemahan mendasar yang di hadapi UMKM dalam bidang pemasaran adalah orientasi pasar yang rendah, lemah dalam persaingan yang kompleks dan tajam serta tidak memadainya infrastruktur pemasaran. (Agung, 2012:2)

Usaha Mikro Kecil Menengah adalah usaha yang memiliki modal awal kecil, nilai kekayaan (*asset*) serta jumlah tenaga kerja masih tidak terlalu banyak

(terbatas), nilai modal (*asset*) atau jumlah tenaga kerja sesuai dengan definisi yang diberikan oleh otoritas publik atau instansi lain dengan tujuan tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yakni usaha yang termasuk dalam skala usaha kecil atau terbatas dengan modal awal yang sedikit dan jumlah tenaga kerja yang masih terbatas. Akan tetapi UMKM berupaya terus menerus mempertahankan kepuasan pelanggan (Alimudin et al, 2019).

Menurut (Suci, 2017) UMKM dapat menjadi salah satu cara dalam upaya menanggulangi kemiskinan di Indonesia, karena UMKM merupakan salah satu sektor yang berkontribusi cukup besar dalam penyerapan tenaga kerja. Dalam Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Pasal 1 Usaha Mikro Kecil Menengah dibagi menjadi beberapa pengertian yaitu:

1. Usaha mikro adalah usaha komersial yang dimiliki individu atau organisasi atau badan usaha yang memenuhi syarat untuk Usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi yang komersial dan berdikari, dijalankan oleh individu atau organisasi perusahaan yang tidak termasuk dalam anak perusahaan yang dimiliki, dikendalikan atau telah berubah menjadi bagian langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi syarat usaha mandiri sebagaimana dimaksud dalam undang-undang.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi yang komersial dan dikerjakan oleh elemen usaha dengan total asset bersih atau transaksi penjualan tahunan lebih besar daripada usaha menengah, yang menggabungkan usaha

nasional milik Negara atau swasta, usaha bersama dan usaha asing yang menempati kegiatan ekonomi di Indonesia.

4. Dunia usaha yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar yang menempati aktivitas ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.

UMKM menjadi salah satu andalan dari banyaknya elemen pertumbuhan ekonomi bagi Negara sehingga UMKM harus mendapatkan kesempatan, kesempatan, dukungan, jaminan perlindungan dan peningkatan seluas-luasnya sebagai bentuk keterpihakan terhadap ekonomi rakyat. (Purnomo, Saputra, dan Simarmata 2020) Dalam UU No 20 Tahun 2008 pasal 6 yang saat ini diadopsi oleh UU Cipta Kerja dan kemudian kini diatur dalam Undang-Undang No 11 Tahun 2020 mengenal kriteria UMKM diusulkan agar tetap sebagaimana diatur dalam UU No 20 Tahun 2008. Dijelaskan kriteria UMKM dalam bentuk permodalan seperti berikut:

a. Kriteria Usaha Mikro:

- 1) Memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 50.000.000 ini belum termasuk dengan tanah dan bangunan yang ditempati.
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 – Rp 300.000.000

b. Kriteria Usaha Kecil:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000 – Rp 500.000.000 belum termasuk dengan tanah dan bangunan yang ditempati.

- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 – 2.500.000.000

c. Kriteria Usaha Menengah:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 – Rp 10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan yang ditempati.
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000 – 50.000.000.000

2.1.5.2 Kontribusi UMKM

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan pelaku ekonomi yang strategis dalam pertumbuhan ekonomi dan pemerataan pembangunan di semua negara, baik negara maju maupun negara yang sedang berkembang. UKM berperan sebagai kekuatan pendorong di belakang sejumlah besar inovasi dan memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional melalui penciptaan lapangan kerja, investasi dan ekspor. Unit Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berkontribusi terhadap pengurangan kemiskinan dan distribusi kekayaan yang lebih luas di negara berkembang. Potensi UKM kadang tidak disadari karena masalah umum yang berkaitan dengan ukuran, isolasi, peluang pasar, standar/kualitas, rantai pasokan, logistik dan inovasi teknologi. Untuk memperoleh margin keuntungan kecil, pengusaha kecil di negara berkembang tidak memilih untuk melakukan inovasi produk dan proses sebagai strategi peningkatan dan pertumbuhan mereka dalam jangka Panjang. Sebaliknya, banyak UKM menghadapi kesulitan yang timbul dari liberalisasi perdagangan dan adanya perjanjian pasar bebas yang dapat dijadikan peluang sekaligus tantangan. UKM yang bervariasi secara luas, baik

dalam ukuran, kemampuan, lingkungan dan struktur organisasi memerlukan penyelesaian masalah yang spesifik dan tidak dapat digeneralisasikan. (Zainurrosalami Saida 2017)

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

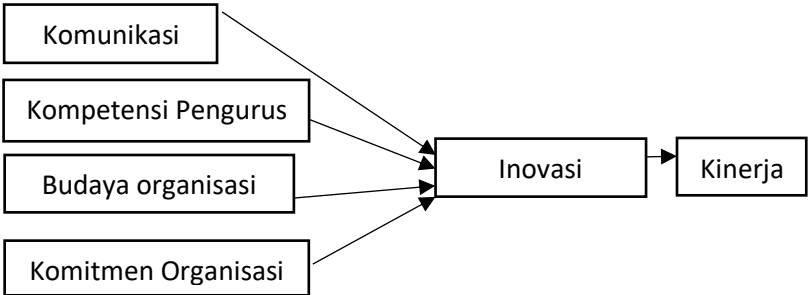
2.2.1. M.S. Rugian, B. Tewal., R.N. Taroreh

Nama Peneliti	M.S. Rugian, B. Tewal., R.N. Taroreh
Tahun dan Judul Jurnal	(2019) Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Rumah Kopi Modern Di Manado.
Tujuan Peneliti	Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh: 1. Pengaruh Kompetensi SDM dan Inovasi secara simultan terhadap Keunggulan Bersaing Rumah Kopi Modern di Manado. 2. Pengaruh Kompetensi SDM terhadap Keunggulan Bersaing Rumah Kopi Modern di Manado. 3. Pengaruh Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing Rumah Kopi Modern di Manado.

Model	<p>Sumber: Kajian Teoritik, 2019</p>
Populasi dan Sampel	<p>Populasi penelitian adalah seluruh pegawai pada 3 buah Rumah Kopi Modern di Manado yaitu Starbucks, Maxx Coffee Lippo dan PT Excelso Multirasa. Sampel dalam penelitian ini adalah: Starbucks berjumlah 33, Maxx Coffee Lippo berjumlah 34, dan PT Excelso Multirasa berjumlah 33 jadi Total sampel 100.</p>
Alat Analisis	<p>Teknis Analisis Regresi Linar berganda digunakan untuk menaksir bagaimana bila keadaan (naik turunnya) variebel dependen, bila dua atau lebih variable dependen sebagai faktor predictor dinaik turunkan nilainya.(Sugiyono,2013).</p>
Hasil Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Secara parsial Kompetensi SDM berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing Rumah Kopi Manado. 2. Secara parsial Inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap Keunggulan Bersaing Rumah Kopi Manado. 3. Secara simultan Kompetensi SDM dan Inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap Keunggulan Bersaing Rumah Kopi Manado.
Yang di rujuk dari penelitian ini	<p>Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing.</p>

Sumber : Dikembangkan oleh peneliti (2022)

2.2.2. Khaerul Syobar

Nama Peneliti	Khaerul Syobar
Tahun dan Judul Jurnal	(2016) Pengaruh Komunikasi, Kompetensi Pengurus, Budaya Organisasi dan Komitmen Organisasi terhadap Inovasi Pengurus Koperasi serta Implikasinya pada Kinerja Pengurus Koperasi se-Babdung Raya.
Tujuan Peneliti	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Komunikasi, Kompetensi Pengurus, Budaya Organisasi dan Komitmen Organisasi terhadap Inovasi pengurus koperasi.
Model	 <pre> graph LR A[Komunikasi] --> D[Inovasi] B[Kompetensi Pengurus] --> D C[Budaya organisasi] --> D E[Komitmen Organisasi] --> D D --> F[Kinerja] </pre>
Populasi dan Sampel	Populasi penelitian ini adalah 1.254 pengurus koperasi yang tersebar di Bandung Raya. Sampel ditentukan secara <i>Proportional Cluster Stratisfied Random Sampling</i> .
Alat Analisis	Teknik Analisis Jalur

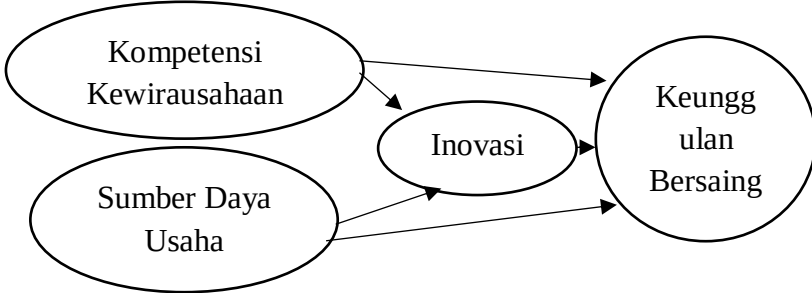
<p>Hasil Penelitian</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hal ini berarti bahwa faktor komunikasi bukan merupakan aspek penentu inovasi, tetapi tetap berpengaruh khususnya bagi kelancaran komunikasi untuk pencapaian tujuan koperasi se Bandung Raya. 2. Kompetensi pengurus koperasi merupakan faktor yang paling utama dalam membentuk inovasi pengurus koperasi se Bandung Raya. 3. Budaya organisasi di koperasi se Bandung Raya sudah berjalan dengan baik sehingga pengaruhnya terhadap keberadaan peningkatan inovasi pengurus koperasi termasuk terbesar kedua yaitu sebesar 9,99%, dan sisanya sebesar 90,01% dipengaruhi oleh variabel lain. 4. Komitmen organisasi berpengaruh terhadap inovasi pengurus koperasi se Bandung Raya. 5. Hal ini berarti bahwa masih terdapat variabel lainnya yang mempengaruhi inovasi selain variabel Komunikasi organisasi (X1), Kompetensi pengurus (X2), Budaya Organisasi (X3) dan Komitmen organisasi (X4). 6. Kinerja pengurus koperasi se Bandung Raya sangat dipengaruhi oleh inovasi pengurus koperasi se Bandung Raya.
-------------------------	--

Yang di rujuk dari penelitian ini	Kompetensi Pengurus terhadap Inovasi Pengurus.
---	--

Sumber : Dikembangkan oleh peneliti (2022)

2.2.3. Chamndan Wahid Sobirin

Nama Peneliti	Chamndan Wahid Sobirin
Tahun dan Judul Jurnal	(2020) Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Dan Sumber Daya Usaha Terhadap Inovasi Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing UMKN Makanan Di Kota Pekanbaru.
Tujuan Peneliti	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM makanan. 2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sumber daya usaha terhadap keunggulan bersaing pada UMKM makanan. 3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing pada UMKM makanan. 4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi pada UMKM makanan. 5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sumber daya usaha terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi pada UMKM makanan.

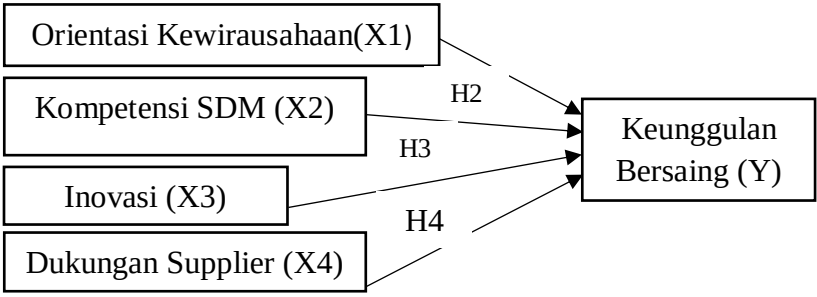
Model	 <pre> graph LR A([Kompetensi Kewirausahaan]) --> B([Inovasi]) A --> D([Keunggulan Bersaing]) C([Sumber Daya Usaha]) --> B C --> D B --> D </pre>
Populasi dan Sampel	<p>Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sektor Kuliner (Makanan) yang berada di Kota Pekanbaru. Jumlah sampel ditentukan sebanyak 50 unit UMKM makanan yang berada di wilayah Kota Pekanbaru baik melalui pemilik ataupun pengelola.</p>
Alat Analisis	<p>Teknik analisis data dan uji hipotesis menggunakan <i>Path Analysis</i>.</p>
Hasil Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dari hasil penelitian menyatakan bahwa secara langsung kompetensi kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing. 2. Dari hasil penelitian menyatakan bahwa secara langsung sumber daya usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing. 3. Dari hasil penelitian menyatakan bahwa secara langsung inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing. 4. Dari hasil penelitian menyatakan bahwa secara tidak langsung kompetensi kewirausahaan melalui inovasi

	<p>memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.</p> <p>5. Dari hasil penelitian menyatakan bahwa secara tidak langsung sumber daya usaha melalui inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.</p>
Yang di rujuk dari penelitian ini	Inovasi terhadap keunggulan bersaing.

Sumber : Dikembangkan oleh peneliti (2022)

2.2.4. Dwi Kusuma Ramdani

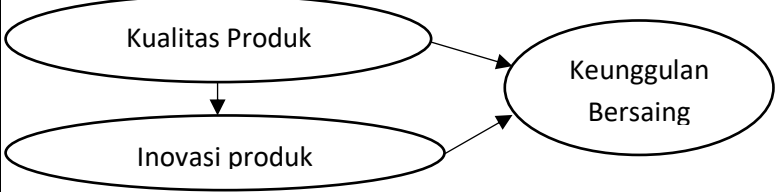
Nama Peneliti	Dwi Kusuma Ramdani
Tahun dan Judul Jurnal	(2017) Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kompetensi SDM, Inovasi, Dan Kapabilitas Sumber Daya Supplier Terhadap Keunggulan Bersaing Industri Logam Mesin Dan Elektronik Di Kabupaten Tegal.
Tujuan Peneliti	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk mengetahui pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing. 2. Untuk mengetahui pengaruh Kompetensi SDM terhadap Keunggulan Bersaing. 3. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing. 4. Untuk mengetahui pengaruh Dukungan Supplier terhadap Keunggulan Bersaing.

Model	 <p>Sumber : data primer 2017</p>
Populasi dan Sampel	<p>Populasi dari penelitian ini adalah Industri Logam Mesin dan Elektronik (ILME) di Kabupaten Tegal dengan jumlah pada tahun 2014 sebanyak 2976 unit usaha yang terdiri dari 21 usaha sedang dan 2.955 usaha kecil. Sampel yang digunakan sebanyak 150 pengusaha industri logam mesin dan elektronik di Kabupaten Tegal.</p>
Alat Analisis	<p>Analisis Regresi Linear Berganda</p>
Hasil Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dinyatakan bahwa Orientasi Kewirausahaan berpengaruh signifikan positif terhadap keunggulan bersaing. 2. Dinyatakan bahwa kompetensi SDM berpengaruh signifikan positif terhadap keunggulan bersaing. 3. Dinyatakan bahwa Inovasi berpengaruh signifikan positif terhadap keunggulan bersaing. 4. Dinyatakan bahwa kapabilitas sumber daya supplier berpengaruh signifikan positif terhadap keunggulan bersaing.

Yang di rujuk dari penelitian ini	Kompetensi SDM, Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing.
-----------------------------------	---

Sumber : Dikembangkan oleh peneliti (2022)

2.2.5. Fatma Nurussakinah

Nama Peneliti	Fatma Nurussakinah
Tahun dan Judul Jurnal	(2018) Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Industri Sasirangan Di Wilayah Kota Banjarmasin)
Tujuan Peneliti	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing. 2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. 3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan inovasi produk dengan keunggulan bersaing.
Model	 <pre> graph LR A(Kualitas Produk) --> D(Keunggulan Bersaing) B(Inovasi produk) --> D A --> B </pre>
Populasi dan Sampel	Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik usaha industry kain Sasirangan di wilayah Kota Banjarmasin sejumlah 38 unit usaha kain sasirangan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 38 unit usaha sasirangan di Kota Banjarmasin.
Alat Analisis	Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk secara persial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. 2. Dinyatakan inovasi produk secara persial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. 3. Pengaruh variable kualitas produk dan inovasi produk secara simultan terhadap keunggulan bersaing Insutri Sasirangan di Kota Banjarmasin dgan nilai signifikansi $0,0000 < 0,05$.
Yang di rujuk dari penelitian ini	Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing.

Sumber : Dikembangkan oleh peneliti (2022)

2.3. Hubungan Antara Variabel dan Hipotesis

Perumusan hipotesis harus memiliki argumentasi ilmiah yang kuat, dengan didasarkan pada hasil kajian teoritis, hasil-hasil kajian penelitian empiris pada penelitian sebelumnya, atau berdasarkan logika peneliti dengan membuat persamaan-persamaan atau kesesuaian logika dengan dasar teori atau hasil penelitian empiris sebelumnya jika tidak ditemukan dasar teori dan hasil penelitian empiris yang sama.

2.3.1. Hubungan Kompetensi SDM terhadap Keunggulan Bersaing

Kompetensi SDM adalah karakteristik yang ada dalam diri individu yang berhubungan dengan kriteria acuan yang efektif dan atau *superior performance* dalam situasi kerja (Spencer & Spencer, 1993).

Menurut Sunyoto (2015:1) Keunggulan bersaing adalah kemampuan yang dapat diukur dengan mengembangkan produk secara *special* dan lebih menguntungkan dibanding para pesaing.

Salah satu kunci untuk mencapai keunggulan bersaing adalah perusahaan harus memiliki karyawan yang memiliki kompetensi SDM sehingga mampu melakukan kerja dengan baik dan profesional. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan Marcella Stevani Rugian (2019) yang menyatakan hasil penelitian membuktikan bahwa kompetensi SDM berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Berdasarkan teori dari uraian di atas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Kompetensi SDM Berpengaruh Signifikan Terhadap Keunggulan Bersaing

2.3.2. Hubungan Kompetensi SDM terhadap Inovasi

Kompetensi SDM adalah karakteristik yang ada dalam diri individu yang berhubungan dengan kriteria acuan yang efektif dan atau *superior performance* dalam situasi kerja (Spencer & Spencer, 1993).

Inovasi sendiri didefinisikan sebagai mengambil ide-ide kreatif dan mengubahnya menjadi produk atau metode kerja yang berguna (Robbins & Coulter, 2016).

Untuk dapat berinovasi maka sumber daya manusia harus memiliki kompetensi SDM. Hal ini diperkuat dengan adanya penelitian yang dilakukan Khaerul Syobar (2016) menyatakan kompetensi pengurus koperasi memberikan kontribusi yang paling dominan terhadap inovasi pengurus koperasi se Bandung Raya. Dalam penelitian ini memberikan gambaran bahwa kompetensi pengurus koperasi merupakan faktor yang paling utama dalam membentuk inovasi pengurus koperasi se Bandung Raya.

Berdasarkan teori dari uraian di atas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Kompetensi SDM Berpengaruh Signifikan Terhadap Inovasi.

2.3.3. Hubungan Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing

Inovasi sendiri didefinisikan sebagai mengambil ide-ide kreatif dan mengubahnya menjadi produk atau metode kerja yang berguna (Robbins & Coulter, 2016).

Menurut Sunyoto (2015:1) Keunggulan bersaing adalah kemampuan yang dapat diukur dengan mengembangkan produk secara *special* dan lebih menguntungkan dibanding para pesaing.

Untuk dapat bersaing maka suatu perusahaan harus melakukan inovasi, karena adanya inovasi ini dapat menciptakan suatu produk atau inovasi dalam pekerjaan tersebut. Hal ini diperkuat dengan adanya penelitian yang dilakukan Chamndan Wahid Sobirin (2020) yang menyatakan bahwa inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Dari hasil penelitian menyatakan bahwa secara langsung inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.

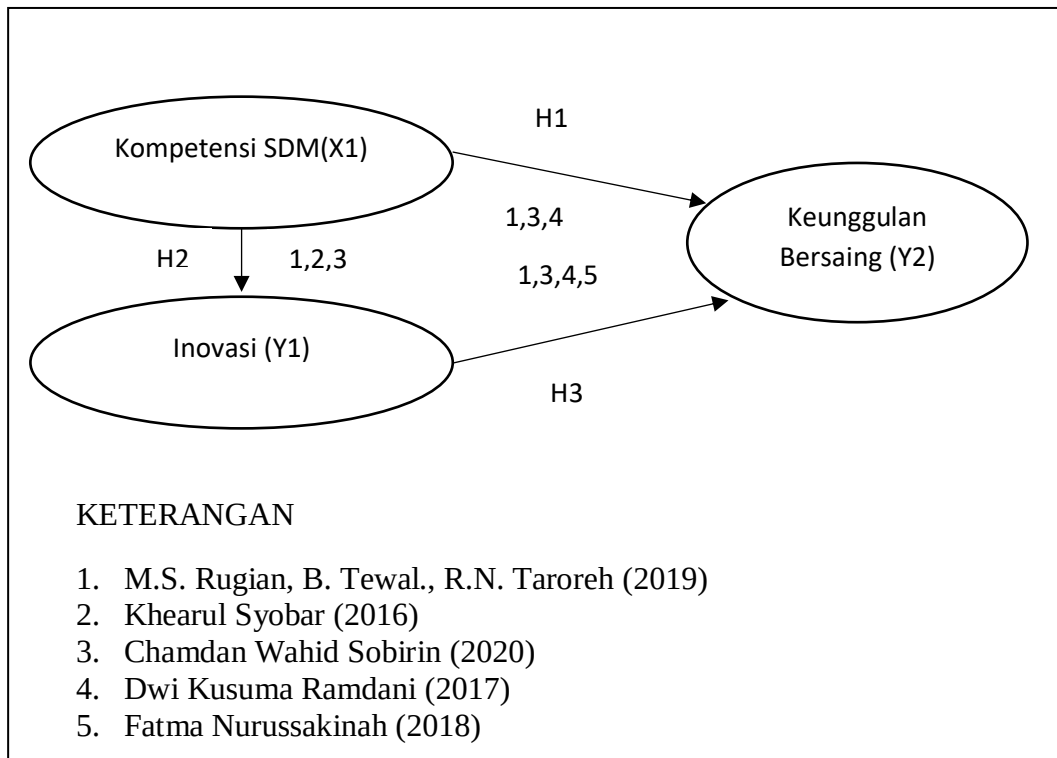
Berdasarkan teori dari uraian di atas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H3 :Inovasi Berpengaruh Signifikan Terhadap Keunggulan Bersaing.

2.4. Kerangka Konseptual Penelitian

Dalam penelitian ini dapat digambarkan sebuah kerangka konseptual yang menjelaskan bagaimana teori-teori dan hipotesis yang menghubungkan antara variabel bebas guna mengetahui pengaruhnya terhadap variable terikat. Hubungan-hubungan tersebut dapat digambarkan seperti dalam kerangka konseptual berikut ini

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Sumber : Dikembangkan untuk penelitian (2022)

Gambar kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis di atas dapat dijelaskan, bahwa dalam penelitian ini terdapat tiga variable yaitu: variabel independent (Kompetensi SDM), (Inovasi), serta dependent (Keunggulan Bersaing).

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Pengumpulan data primer menggunakan survei yaitu tentang pengaruh kompetensi SDM, terhadap keunggulan bersaing dengan inovasi produk. Menurut Sugiyono (2018) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivism*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis.

3.1.2 Sifat Penelitian

Berdasarkan penelitian yaitu menguji hipotesis, maka jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kausal. Menurut Sugiyono (2018), rumusan masalah asosiatif adalah suatu rumusan masalah yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan untuk bentuk hubungannya kausal yaitu hubungan sebab akibat. Dalam penelitian ini yaitu untuk menguji atau mengukur dampak pengaruh perubahan tertentu terhadap asumsi atau hipotesis yang ada, dalam penelitian ini pengaruh variabel Kompetensi SDM terhadap Keunggulan Bersaing dengan Intervening Inovasi Produk.

3.1.3 Lokasi Penelitian dan Priode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada UMKM Kabupaten Bulungan Provinsi Kalimantan Utara, Adapun jadwal penelitiannya sebagai berikut:

Tabel 3.1
Rencana Jadwal Kegiatan Penelitian Skripsi Tahun 2022

<div>Waktu</div> <div>Kegiatan</div>	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Penelitian Awal																								
Pengajuan Judul																								
Penyusunan Proposal																								
Seminar Proposal																								
Penyebaran Kuesioner																								
Analisis/ Pengelolaan Data																								
Bab IV dan V																								
Sidang Skripsi																								

Sumber : Penelitian (2022)

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini peneliti mengambil pupulasi yaitu seluruh UMKM dalam bidang *Bakery* di Kabupaten Bulungan sebanyak 667 UMKM.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut (Sugiyono, 2013:81). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*, dikarenakan populasi dalam penelitian ini diketahui sehingga semua anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel. Peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan dari keseluruhan populasi. Rumus Slovin digunakan karena peneliti telah mengetahui jumlah keseluruhan dari populasi yang ada. Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin (Sugiyono, 2018), yaitu:

$$n = \frac{n}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n: Jumlah Sampel

N: Jumlah Populasi

e: Batas toleransi kesalahan 5% atau 0,05

$$n = \frac{667}{1+667(0,05)^2} = 250 \text{ Sampel.}$$

Pada penelitian ini jumlah sampel sebesar 250 Pelaku Usaha.

3.4. Sumber Data

Dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

1. Data Primer, yakni data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti sendiri secara langsung dari obyek penelitian, berupa data hasil kuesioner dari responden para UMKM di Kabupaten Bulungan Provinsi Kalimantan utara.
2. Data Sekunder, yakni data yang dikumpulkan peneliti secara tidak langsung atau menggunakan sumber lain seperti artikel, jurnal, dan bacaan yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Angket (*Questionnaire*)

Angket merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan secara tertulis kepada responden. Pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap jawaban pertanyaan mempunyai makna dalam menguji hipotesis.

2. Wawancara (*interview*)

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan wawancara langsung dengan pihak yang dianggap perlu dan berhubungan dengan obyek penelitian. Dalam hal ini informasi atau keterangan diperoleh langsung dari responden atau informan dengan cara tatap muka dan bercakap-cakap.

3. Studi Pustaka

Yaitu metode pengumpulan data dengan menggunakan literatur dan jurnal yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.6. Definisi Oprasional Variabel Penelitian

a. Kompetensi SDM

Definisi menurut Spencer & Spencer (1993), Kompetensi SDM adalah karakteristik yang ada dalam diri individu yang berhubungan dengan kriteria acuan yang efektif dan atau *superior performance* dalam situasi kerja.

Indikator menurut Spencer & Spencer (1993), Motif (*motives*), Watak (*traits*), Konsep Diri (*self concept*), Pengetahuan (*knowledge*), dan keterampilan (*skill*).

b. Inovasi

Definisi menurut Robbins & Coulter (2016), Inovasi sendiri didefinisikan sebagai mengambil ide-ide kreatif dan mengubahnya menjadi produk atau metode kerja yang berguna.

Indikator menurut Aloysius Gunandi Brata (2019), Produk, Pelayanan, Proses, Pasar, Logistik, dan Organisasi Usaha.

c. Keunggulan Bersaing

Definisi menurut Sunyoto (2015), Keunggulan Bersaing adalah kemampuan yang dapat diukur dengan mengembangkan produk secara *special* dan lebih menguntungkan dibanding para pesaing.

Indikator menurut Sunyoto (2015), Harga, Kualitas, Pengiriman yang dapat diandalkan, Inovasi Produk, *Time To Market*.

3.7. Instrumen Penelitian

Instrument penelitian adalah alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data sebagai penggambaran variabel untuk pembuktian hipotesis. Kesalahan menggunakan alat ukur akan berakibat kesalahan dalam menilai atau menginterpretasikan sebuah fakta empiris. Alat ukur dalam penelitian manajemen seringkali bersifat kontigensi, yaitu sangat tergantung dari fenomena sosial yang terus berubah dan situasi dan konsisinya relative bisa berbeda-beda di setiap tempat penelitian. Dimensi atau indikator, lingkungan sosial penelitian dan harus memenuhi syarat-syarat kehandalan (*reliability*) dan keabsahan (*validity*). Jika penggunaan instrumen penelitian tidak sesuai, tidak *reliabel* dan tidak *valid*, maka hasil penelitian patut untuk diragukan akuransinya (Tontowi, 2019). Uji Instrumen penelitian ada 2 yaitu:

3.7.1 Uji Validitas

Validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrument. Instrument dikatakan *valid* apabila mampu mengukur apa yang

diinginkan, sehingga dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya *validitas* menandakan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran *validitas* yang seharusnya (Tontowi, 2019).

Untuk mengetahui tingkat validitas sebuah instrument penelitian yang relative mudah adalah dengan menggunakan alat analisis *Korelasi Pearson*. Apabila nilai *Korelasi Perason* antara item dengan total item di atas 0,30 maka mengindikasikan instrument tersebut valid. (Tontowi, 2019).

Ada beberapa faktor kritis yang harus dicermati dalam menentukan apakah instrument kuesioner memneuhi kriteria logis apa tidak, yaitu (Tontowi, 2019):

- a. Sebelum Menyusun kuesioner, teliti kembali apakah indikatornya sudah tepat (bukan dimensi) dan secara spesifik hanya mengukur variabel yang dimaksud dan tidak mengandung unsur-unsur pengukuran pada variabel lain. Hubungan antara indikator dengan variabel tidak boleh memiliki hubungan kuasalitas, sebab indikator merupakan tanda-tanda spesifik mengenai adanya variabel. Jadi tidak boleh mempunyai hubungan pengaruh. Jika indikatornya tidak tepat. Hasilnya bisa bias.
- b. Responden yang menjawab harus memiliki pemahaman dan relevansi yang kuat dengan konsep penelitian dan memiliki hubungan keterikatan manajerial yang intens dengan objek penelitian. Jika tidak, hasilnya ,menjadi tidak akurat dan bisa mencerminkan keadaan yang tidak sebenarnya.

- c. Pernyataan-pernyataan dalam kuesioner harus konsisten mengandung persepsi yang sejalan (positif atau negatif) dengan persepsi yang dibangun oleh variabel. Jika tidak konsisten hasil analisis bisa bertolak belakang dengan keadaan yang sesungguhnya.
- d. Pernyataan-pernyataan dalam kuesioner harus netral tidak mengiring responden untuk memberikan dukungan atau jawaban tertentu, tidak menjelaskan adanya hubungan antara variabel, dan harus mengandung satu pengukuran spesifik dari sebuah variabel.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data (ukuran) yang sama. Instrument yang reliabel atau dapat dipercaya atau handal, akan dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya juga (Tontowi, 2019).

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu koesioner yang merupakan indikator dari variabel. Untuk mengetahui tingkat reliabilitas dengan menggunakan alat analisis *Alpha Cronbach*. Suatu variabel dikatakan *reliabel* jika memiliki lebih dari 0,6. (Tontowi, 2019)

3.8 Metode Analisis Data

Ada dua metode statistik yang biasa digunakan dalam penelitian manajemen, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial: Statistik deskriptif adalah gambaran data lapangan dengan cara mempresentasikan data primer ke dalam tabulasi. Tujuannya untuk memperoleh gambaran tentang variabel-variabel yang diteliti dan juga untuk mengidentifikasi karakteristik masing-

masing variabel dalam bentuk frekuensi dan persentase, serta untuk memperoleh gambaran umum tentang karakteristik dari responden pada objek penelitian (Tontowi, 2019).

Analisis statistik inferensial memfokuskan pada bidang kajian analisis dan interpretasi data untuk menarik kesimpulan. Analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis penelitian yang telah ditetapkan dengan menggunakan data sampel yang diperoleh. Metode Statistik inferensial yang digunakan dalam analisis data pada pembahasan ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Alasan menggunakan SEM, pertimbangan bahwa hubungan kausal yang dirumuskan dalam banyak penelitian dengan pendekatan kuantitatif, banyak menggunakan model yang tidak sederhana (kompleks). Bentuk hubungan kausal seperti ini membutuhkan analisis yang mampu menjelaskan secara simultan tentang hubungan tersebut sehingga metode yang digunakan dalam analisis data direkomendasikan menggunakan SEM (Tontowi, 2019).

Pada pembahasan ini menggunakan analisis SEM berdasarkan atas beberapa alasan sebagai berikut:

- a) Alasan pertama, pembahasannya untuk menguji model secara struktural.
- b) Alasan kedua yaitu pada pembahasan ini diasumsikan seluruh variabel melibatkan variabel yang bersifat *unobservable* (*latent variable*), yaitu variabel tidak dapat diukur secara langsung melalui indikator, sehingga harus dilakukan teknik analisis *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Akan tetapi dalam SEM dapat dilakukan teknik yang identik dengan CFA yaitu SEM dalam model pengukuran.

Model persamaan struktural (SEM) merupakan kumpulan teknik-teknik yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit secara simultan. Hubungan yang rumit tersebut dapat berbentuk antara satu atau beberapa variabel dependen dengan satu atau beberapa variabel *independen*. Masing-masing konstruk dibangun dari beberapa variabel indikator (Tontowi, 2019).

Data yang diperoleh dan responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian melalui kuesioner yang disebar, akan dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berdasarkan program AMOS 23 dan SPSS 23. Program AMOS menunjukkan pengukuran masalah yang struktural, dan digunakan untuk menguji model hipotesis. Hal ini disebabkan adanya kemampuan untuk; memperkirakan koefisien yang diketahui dari persamaan linier struktural, mengakomodasi model yang merupakan variabel laten, mengakomodasi kesalahan pengukuran pada variabel *dependen* dan *independen* (Tontowi, 2019).

Langkah-langkah pembentukan model persamaan struktural menurut Hair dalam Tontowi (2019) adalah sebagai berikut:

3.8.1 Pengembangan Model Berbasis Teori

Langkah pengembangan model teoritis dilakukan serangkaian eksplorasi ilmiah melalui telaah pustaka guna mendapatkan justifikasi atas model teoritis yang akan dikembangkan. SEM digunakan untuk mengkonfirmasi model teoritis tersebut melalui data empirik. SEM merupakan *sebuah confirmatory technique*.

Teknik ini merupakan teknik menguji teori baru atau teori yang sudah dikembangkan dan yang akan diuji lagi secara empiris. Pengujian ini dapat dilakukan dengan mempergunakan SEM, tetapi SEM tidak dipergunakan untuk membentuk hubungan kausalitas baru, melainkan dipergunakan untuk menguji pengembangan kausalitas yang sudah ada justifikasi teorinya.

3.8.2 Pengembangan Diagram Alur (*Path Diagram*)

Model teoritis yang telah dibangun pada tahap pertama akan digambarkan dalam sebuah diagram jalur, yang akan mempermudah untuk melihat hubungan-hubungan kausalitas yang ingin diuji. Dalam diagram jalur, hubungan antar konstruk akan dinyatakan melalui anak panah. Anak panah yang lurus menunjukkan sebuah hubungan kausal yang langsung antara satu konstruksi dengan konstruksi lainnya, sedangkan garis-garis lengkung antarkonstruk dengan anak panah pada setiap ujungnya menunjukkan korelasi antar konstruk. Pengukuran hubungan antar variabel dalam SEM dinamakan *structural model*.

Konversi diagram alur ke dalam persamaan struktural dan model pengukuran, persamaan yang didapat dari diagram alur yang dikonversi dalam (Tontowi, 2019) terdiri dari:

- a. Persamaan structural (*structural equation*), yang dirumuskan untuk menyatakan hubungan kausalitas antar berbagai konstruk.

$$\text{Variabel endogen} = \text{variabel eksogen} + \text{variabel endogen} + \text{error}$$

- b. Persamaan spesifik model pengukuran (*measurement model*), dimana harus ditentukan variabel yang mengukur konstruk dan menentukan serangkaian matriks yang menunjukkan korelasi yang dihipotesakan

antar konstruk.

Persamaan struktural yang akan dicari dan diuji koefisiennya adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = \gamma_1 X_1 + \zeta_1$$

$$Y_2 = \gamma_2 X_1 + \zeta_2$$

$$Y_3 = \gamma_3 X_1 + \beta_2 Y_1 + \beta_3 Y_2 + \zeta_3$$

Keterangan:

γ (Gama) = koefisien pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen

β (Beta) = koefisien pengaruh variabel endogen terhadap variabel endogen

ζ (Zeta) = galat model

3.8.3 Evaluasi kriteria *Goodness of Fit*

Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap kesesuaian model melalui telaah terhadap berbagai kriteria *goodness of fit*. Berikut ini beberapa indeks kesesuaian dan *cut-off value* untuk menguji apakah sebuah model dapat diterima atau ditolak (Tontowi, 2019).

- a. *X²-Chi-square statistik*, dimana model dipandang baik atau memuaskan bila nilai chi-squarenya rendah. Semakin kecil nilai X^2 semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas dengan *cut-off value* sebesar $p > 0.05$ atau $p > 0.10$.
- b. RMSEA (*The root Mean Square Error of Approximation*), yang menunjukkan *goodness of fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi (Hair 1992). Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya

model yang menunjukkan sebuah *close fit* dari model itu berdasarkan *degrees of freedom*.

- c. GFI (*Goodness of Fit Index*), adalah ukuran non statistik yang mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit*) sampai dengan 1.0 (*perfect fit*). Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah „*better fit*“.
- d. AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*), dimana tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah bila AGFI mempunyai nilai sama dengan atau lebih besar dari 0,90.
- e. CMIN/DF, adalah *The Minimum Sample Discrepancy Function* yang dibagi dengan *Degree of Freedom*. CMIN/DF tidak lain adalah statistik *chi-square*, X^2 dibagi DFnya disebut X^2 relatif. Bila nilai X^2 relatif kurang dari 2.0 atau 3.0 adalah indikasi dari *acceptable fit* antara model dan data.
- f. TLI (*Tucker Lewis Index*), merupakan *incremental index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah *base line model*, dimana nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanyasebuah model adalah $\geq 0,95$ (Tontowi, 2019) dan nilai yang mendekati 1 menunjukkan *a very good fit*.
- g. CFI (*Comparative Fit Index*), dimana bila mendekati 1, mengindikasikan tingkat fit yang paling tinggi (Tontowi, 2019). Nilai yang direkomendasikan adalah $CFI \geq 0,95$.

Dengan demikian indeks-indeks yang digunakan untuk menguji

kelayakan sebuah model adalah seperti dalam tabel berikut ini :

Tabel 3.2
Kriteria Goodness of Fit

<i>Goodness of fit index</i>	<i>Cut-of value</i>
Significaned Probability	$\geq 0. \geq 0.05$
RMSEA	$\leq 0. \leq 0.08$
GFI	$\geq 0. \geq 0.90$
AGFI	$\geq 0. \geq 0.90$
ACMIN/DF	$\leq 2. \leq 2.00$
TLI CFI	$\geq 0. \geq 0.95$
	$0. . \geq 0.95$

Sumber: Ferdinand (2002) dalam Tontowi, (2019)

3.8.4 Pengujian Asumsi Model SEM

Prinsip uji hipotesis asumsi model, yaitu asumsi yang berkaitan dengan model dan asumsi yang berkaitan dengan pendugaan parameter dan pengujian hipotesis yang dijelaskan berikut Tontowi, (2019).

- a. Asumsi linieritas yaitu asumsi yang menghendaki semua hubungan berbentuk linier. Uji linieritas, untuk memeriksanya dapat dilakukan dengan membuat diagram pencar (*scatter diagram*) atau pendekatan *curve fit* (pada *software* SPSS). Pengujian asumsi linieritas menggunakan metode *curve fit* yang dilakukan dengan *software* SPSS. Rujukan yang digunakan adalah jika Sig model Linier < 0.05 maka asumsi linieritas terpenuhi.
- b. Asumsi tidak adanya *outlier* (pencilan). *Outlier* merupakan observasi yang muncul dengan nilai ekstrim secara *univariate* maupun *multivariate*, karena kombinasi karakteristik unik dan terlihat sangat jauh berbeda dari observasi lainnya. *Outlier* muncul dengan empat (4) kategori berikut.

1. *Outlier* muncul karena kesalahan prosedur seperti kesalahan dalam memasukkan data atau kesalahan dalam mengkode data.
 2. *Outlier* muncul karena keadaan khusus yang memungkinkan profil data menjadi lain, khusus yang memungkinkan profil data menjadi lain, tetapi peneliti mempunyai penjelasan mengenai apa yang menyebabkan munculnya nilai ekstrim tersebut.
 3. *Outlier* muncul karena adanya sesuatu alasan, tetapi tidak dapat diketahui perihal penyebab munculnya ekstrim itu.
 4. *Outlier* muncul dalam rentang nilai yang ada, tetapi apabila dikombinasikan dengan variabel lainnya, kombinasinya menjadi tidak lazim atau sangat ekstrim, yang disebut dengan multivariate *outlier*, maka menggunakan metode pengujian *Mahalanobisdistance*.
- c. Asumsi normalitas sebaran, yaitu data yang akan dianalisis (*variabellatent*) dengan menyebar normal (normal ganda). Dengan sampel yang besar (100), asumsi ini tidak terlalu kritis, landasannya adalah Dalil Limit Pusat (*Central Limit Theorm*), yaitu jika n (*sample size*) besar maka statistik dari sampel tersebut akan mendekati distribusi normal walaupun populasi dari mana sampel tersebut diambil tidak terdistribusi normal.

3.8.5 Pengujian Model Struktural: Uji Hipotesis Penelitian

Setelah model tersebut memenuhi syarat, maka yang perlu dilakukan selanjutnya adalah uji *regression weight/loading faktor*. Uji ini dilakukan sama dengan uji t terhadap *regression weight /loading faktor/ koefisien model*).

Pengujian ini dilakukan terhadap (Tontowi, 2019):

a. Hipotesis mengenai *measurement model*:

Parameter Lambda (λ), yaitu parameter yang berkenaan dengan pengukuran variabel latent berdasarkan variabel manifest (berkaitan dengan validitas instrumen).

Hipotesis yang di uji:

$H_0 : \lambda_i = 0$ (tidak signifikan)
 $H_1 : \lambda_i > 0$ (signifikan)

b. Hipotesis mengenai *structural model*:

1) Parameter Beta (β), yaitu parameter pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam *structural model*.

Hipotesis yang di uji:

$H_0 : \beta_i = 0$ (tidak signifikan)
 $H_1 : \beta_i \neq 0$ (signifikan)

2) Parameter Gama (γ), yaitu parameter pengaruh variabel endogen terhadap variabel endogen dalam *structural model*.

Hipotesis yang di uji:

$H_0 : \gamma_i = 0$ (tidak signifikan)
 $H_1 : \gamma_i \neq 0$ (signifikan)

Uji ini sama dengan uji t (uji parsial) dalam *multiple regression*, uji ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , dengan ketentuan: jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti variabel tersebut signifikan dan jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ berarti variabel tersebut tidak signifikan.

Tontowi (2019) menjelaskan bahwa t_{hitung} identik dengan C.R (*critical ratio*) yang diuji dengan nilai probabilitas p, dimana jika $p < 0,05$ menunjukkan pengaruh yang signifikan dan jika $p > 0,05$ menunjukkan tidak signifikan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4. Hasil dan Pembahasan

Bab ini membahas mengenai analisis data yang diperoleh dari hasil penelitian. Data yang akan diolah diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada para responden, dimana dalam penelitian ini yaitu UMKM Bidang Bakery Kabupaten Bulungan Provinsi Kalimantan Utara. Keseluruhan kuesioner yang disebar berjumlah 250 untuk 250 orang responden. Tetapi dikarenakan waktu tidak mencukupi, faktor cuaca, dan responden yang tidak ingin berpartisipasi untuk peneliti memberikan kuesioner maka jumlah responden menjadi 160 responden. Kuesioner dibagikan setiap hari sebanyak 15 kuesioner perharinya.

Dalam melakukan analisis data ini, peneliti menggunakan bantuan program SPSS 23 dan AMOS 23. Seluruh hasil dari perhitungan komputer akan dilampirkan pada halaman lampiran.

4.1. Gambaran Umum UMKM Kabupaten Bulungan

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Bulungan, Provinsi Kalimantan Utara. Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM, pada tahun 2020 Jumlah UMKM di Kabupaten Bulungan ini berjumlah 8.779. Yang terdiri dari Kecamatan Tanjung Selor jumlah keseluruhannya 4.212, Kecamatan Tanjung Palas sebanyak 1.472, Kecamatan Tanjung Palas Barat sebanyak 372, Kecamatan Tanjung Palas Utara sebanyak 332, Kecamatan Tanjung Palas Timur sebanyak 743, Kecamatan Tanjung Palas Tengah sebanyak 708,

Kecamatan Sekatak sebanyak 130, Kecamatan Peso sebanyak 89, Kecamatan Peso Hilir sebanyak 18, dan Kecamatan Bunyu sebanyak 703. Data ini diambil pada Tahun 2020 di Disprindagkop Kabupaten Bulungan. Pada penelitian ini juga difokuskan meneliti pada UMKM bidang Bakery yang berjumlah 667 UMKM.

Gambar 4.1
Produk Bakery di Kabupaten Bulungan



Usaha *Bakery* ini menarik untuk dikaji, karena peranan UMKM yang begitu besar terhadap perkembangan ekonomi suatu daerah. Selain itu juga banyaknya kompetitor lainnya sehingga pelaku usaha harus bisa mengembangkan serta memiliki keunggulan pada produknya agar bisa bertahan dalam bersaing. Banyak kompetitor yang berada di Kabupaten Bulungan ini pelaku usaha harus memiliki ciri khas pada produknya agar memiliki perbedaan pada produk sehingga harus bisa menarik perhatian konsumen, *bakery* ini juga selalu berkembang di mana pelaku usaha harus bisa membaca minat konsumen atau melihat perkembangan pasar seperti apa untuk dapat bersaing maka pelaku usaha harus memiliki beberapa cara agar dapat bersaing, maka pelaku usaha harus memiliki Kompetensi SDM.

Namun banyaknya pelaku usaha yang tidak melakukan sebuah inovasi dikarenakan mereka tidak menerapkan Kompetensi SDM untuk dapat berinovasi

serta dapat memiliki keunggulan bersaing. Hal ini diakui sendiri oleh para pelaku usaha *Bakery* pada saat penelitian melakukan wawancara dengan mereka.

Berdasarkan observasi awal, peneliti mendapatkan beberapa informasi sebagai berikut:

4.2 Karakteristik Responden

Jumlah Responden yang dianalisis dalam penelitian ini berjumlah 160 UMKM bidang Bakery, peneliti mencari 160 dari 250 dikarenakan memiliki keterbatasan waktu, faktor cuaca, dan responden yang tidak ingin berpartisipasi. Penelitian ini dilakukan penyebaran instrumen penelitian yang berupa kuisioner hingga diperoleh karakteristik responden yang dibagi berdasarkan jenis kelamin, Pendidikan terakhir, tahun berdiri usaha, dan Pendidikan.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari Rekapitulasi data yang didapatkan berdasarkan pengisian kuisioner didapatkan gambaran karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat pada tabel berikut:

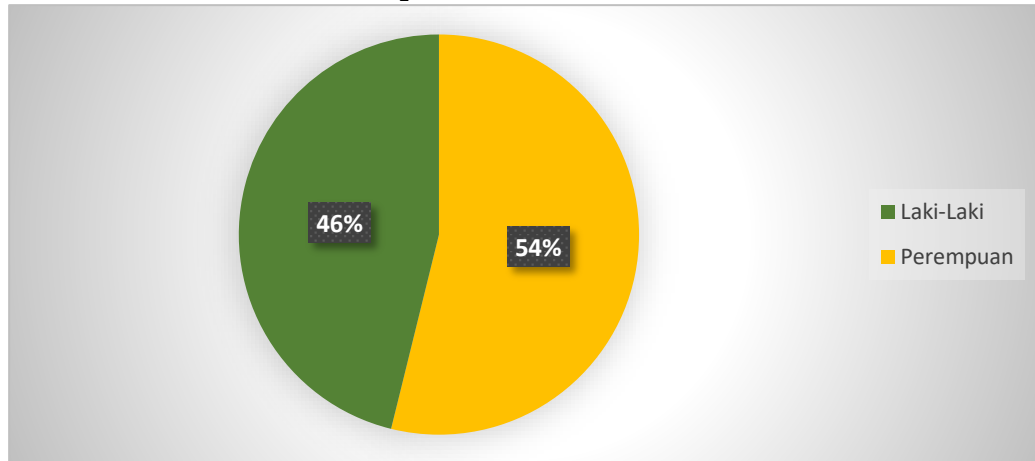
Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	34	21,3%
Perempuan	126	78,8%
Total	160	100%

Sumber : Data primer diolah 2022

Dapat diterangkan lebih jelas dengan diagram sebagai berikut:

Gambar 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Data Primer diolah 2022

Dari data diatas, dapat diketahui bahwa jumlah Responden yang menjawab penelitian ini 160 orang. Dimana mayoritas adalah perempuan sebanyak 126 orang dan laki-laki sebanyak 34 orang.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dari rekapitulasi data yang didapatkan berdasarkan pengisian kuesioner karakteristik responden berdasarkan Usia yang dapat dilihat pada tabel berikut:

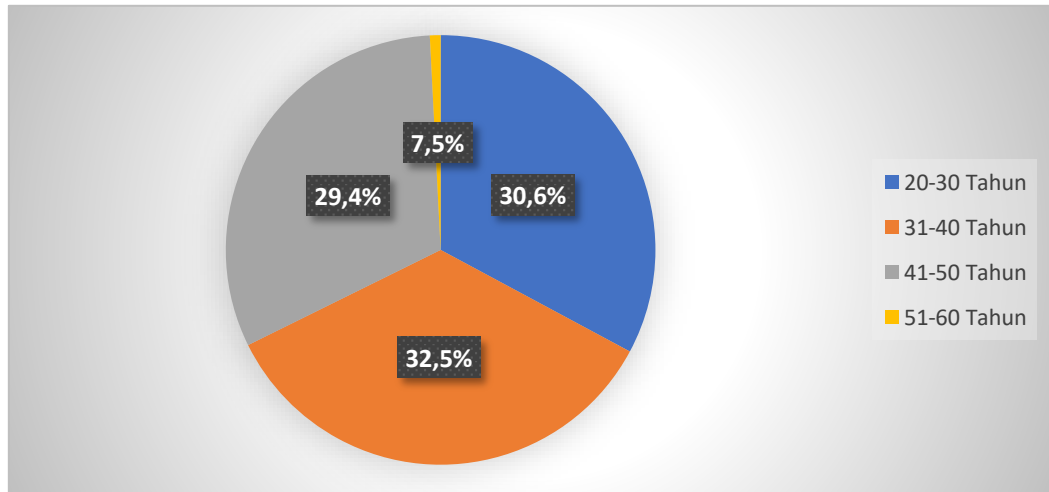
Tabel 4.2
Tabel Responden Berdasarkan Usia

No.	Rentang Usia	Jumlah	Presentase
1.	20 -30	49	30,6%
2	31 – 40	52	32,5%
3	41 – 50	47	29,4%
4	51 - 60	12	7,5%
Jumlah		160	100%

Sumber : Data primer diolah 2022

Dapat diterangkan lebih jelas lagi dengan diagram sebagai berikut:

Gambar 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Sumber : Data primer diolah 2022

Dari data yang dikumpulkan, ditemukan bahwa mayoritas Pelaku Usaha Kabupaten Bulungan memiliki rentang usia 31 - 40 tahun sebanyak 32,5%, sedangkan yang memiliki rentang usia 20 - 30 tahun sebanyak 30,6%, sedangkan rentang usia 41 - 50 tahun sebanyak 29,4% dan sisanya rentang usia 51 - 60 tahun sebanyak 7,5%. Hal ini menunjukkan bahwa Pelaku Usaha di Kabupaten Bulungan adalah semua kalangan.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Dari rekapitulasi data yang didapatkan berdasarkan pengisian kuisioner didapatkan gambaran karakteristik responden berdasarkan Pendidikan, dapat dilihat pada tabel berikut:

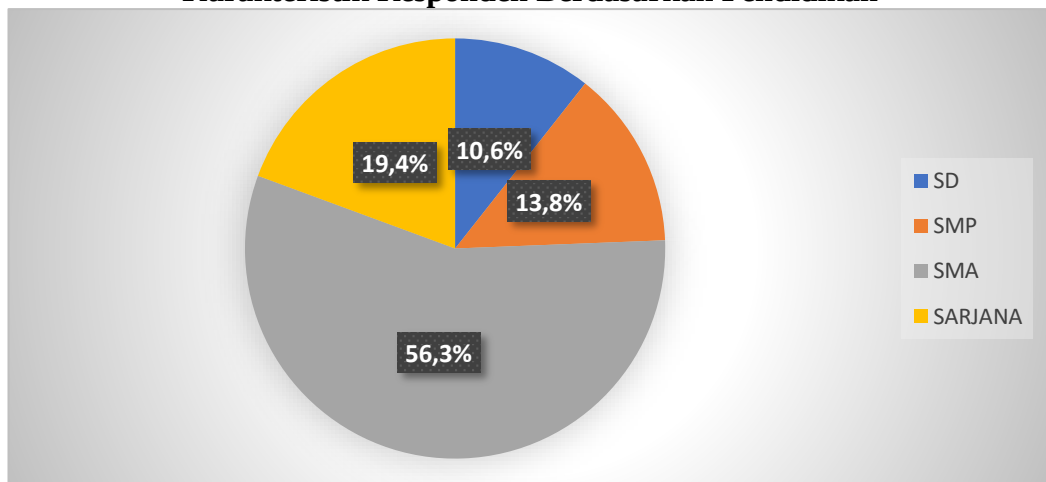
Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Presentase
1	SD	17	10,6%
2	SMP	22	13,8%
3	SMA	90	56,3%
4	SARJANA	31	19,4%
Jumlah		160	100%

Sumber : Data primer diolah 2022

Dapat diterangkan lebih jelas lagi dengan diagram sebagai berikut:

Gambar 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan



Sumber : Data primer diolah 2022

Dari data diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden memiliki latar belakang Pendidikan yang berbeda-beda. Namun dapat dilihat dari data yang dihimpun lebih dari jumlah responden memiliki latar belakang Pendidikan SMA sekitar 56,3%, latar belakang Pendidikan Sarjana sekitar 19,4%, latar belakang Pendidikan SMP 13,8%, dan sisanya SD sekitar 10.6%. Dengan semikian

responden sudah dapat bertanggung jawab dan mengerti dengan pertanyaan yang diajukan di dalam kuesioner.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Dari Rekapitulasi data yang didapatkan berdasarkan pengisian kuisisioner didapatkan gambaran karakteristik responden berdasarkan jenis lama bekerja yang dapat dilihat pada tabel berikut:

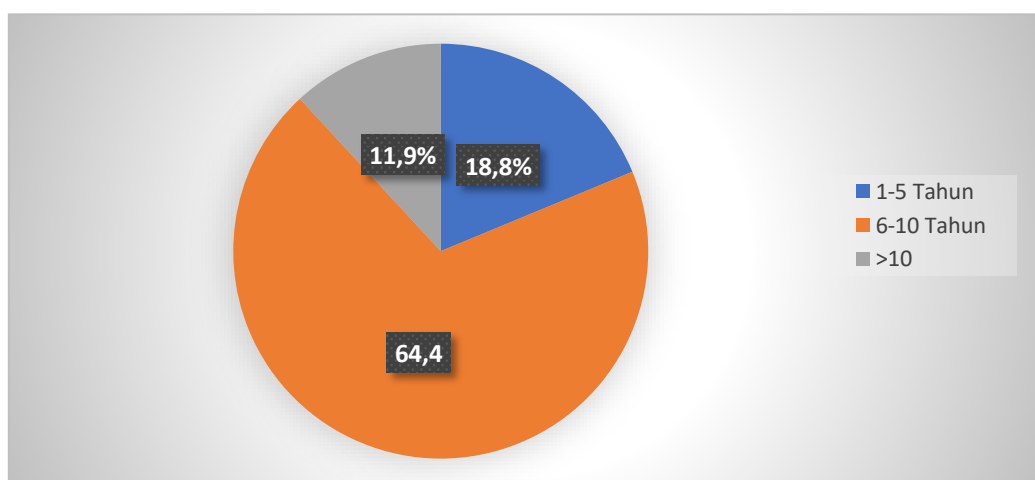
Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Lama Usaha	Jumlah	Persentase
1-5	30	18,8%
6-10	111	69,4%
>10	19	11,9%
Total	160	100%

Sumber : Data primer diolah 2022

Dapat diterangkan lebih jelas lagi dengan diagram sebagai berikut:

Gambar 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha



Sumber : Data primer diolah 2022

Dari data diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan lama berusaha dapat dilihat dari data yang dihimpun lebih dari jumlah responden, pada lama berusaha 6 – 10 Tahun memiliki 69,4%, sedangkan pada lama berusaha 1 – 5 Tahun memiliki 18,8% dan pada lama berusaha memiliki 11,9%. Dengan demikian responden sudah dapat bertanggung jawab dan mengerti dengan pertanyaan yang diajukan di dalam kuesioner.

4.3 Diskriptip Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini dikur dengan instrument kuesioner dengan pernyataan tertutup menggunakna lima pilihan jawaban yaitu : Sangat Tidak setuju (skor1), Tidak Setuju (skoe 2), Netral (skor 3), Setuju (skor4), dan Sangat Setuju (skor 5). Tujuan dari deskripsi variabel penelitian yang merupakan bagian dari analisis statistika deskriptif adalah untuk mengetahui distribusi frekuensi jawaban responden terhadap kuesioner yang dibagikan dan menggambarkan secara mendalam mengenai variabel Kompetensi SDM (X1), Inovasi (Y1) dan Keunggulan Bersaing (Y2) yang dianalisis dalam penelitian ini. Distribusi frekuensi tersebut diperoleh dari hasil tabulasi skor jawaban responden.

Adapun penilaian kuantitatif terhadap hasil tabulasi jawaban responden adalah sebagai berikut.

Tabel 4.5
Tabel Nilai dan Predikat

Nilai	Kualifikasi
0.1 – 1.0	Sangat Buruk
1.1 – 2.0	Buruk
2.1 – 3.0	Cukup

3.1 – 4.0	Baik
4.1 – 5.0	Sangat Baik

Sumber : (Tontowi, 2016)

4.3.1 Deskripsi Variabel Kompetensi SDM (X1)

Pada variabel Kompetensi SDM (X1) terdiri 5 indikator yaitu Motif (X1), Watak (X2), Konsep Diri (X3), Pengetahuan (X4), dan Keterampilan (X5). Hasil distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel ini disajikan sebagaimana Tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6
Deskripsi Variabel Kompetensi SDM (X1)

Indikator	Skor Jawaban Responden										Jumlah	Ratar ata
	STS		TS		N		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X1	2	1.3	13	8.1	0	0	99	61.9	46	28.7	160	4.09
X2	1	6	7	4.4	0	0	93	58.1	59	36.9	160	4.26
X3	18	11.3	40	25.0	0	0	73	45.6	29	18.1	160	3.34
X4	29	18.1	56	35.0	0	0	45	28.1	30	18.8	160	2.94
X5	29	18.1	50	31.3	0	0	44	27.5	37	23.1	160	3.06
Rata-rata skor Variabel												3.53

Sumber : Dikembangkan untuk penelitian ini (2022)

Dari tabel diatas dapat diketahui Pada indikator tentang Watak (X2) dengan pernyataan yaitu saya memiliki percaya diri yang tinggi dalam menjalankan usaha, responden merasa bahwa didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 93 responden atau 58,1%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya

memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki nilai rata-rata 4,26 dan dikatakan variabel (X2) ini sangat baik.

Pada indikator Motif (X1) dengan pernyataan yaitu saya konsisten dalam menjalankan usaha ini, responden merasa bahwa didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 99 responden atau 61,9%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki nilai rata-rata 4,09 dan dikatakan variabel (X1) ini sangat baik.

Pada indikator tentang Konsep Diri (X3) dengan pernyataan yaitu saya mempunyai kemampua/ ide-ide dalam mempengaruhi orang lain, responden merasa bahwa didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 73 responden atau 45,6%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki nilai rata-rata 3,34 dan dikatakan variabel (X3) ini sangat baik.

Pada indikator tentang Keterampilan (X5) dengan pernyataan yaitu Dengan keterampilan yang saya miliki saya mampu mengelola usaha ini, responden merasa bahwa didominasi oleh jawaban tidak setuju dengan jumlah 50 responden atau 31,3%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon tidak setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki nilai rata-rata 3,06 dan dikatakan variabel (X5) ini baik.

Pada indikator tentang Pengetahuan (X4) dengan pernyataan yaitu saya memiliki pengetahuan yang memadai dalam mengelola usaha ini, responden merasa bahwa didominasi oleh jawaban tidak setuju dengan jumlah 56 responden

atau 35,0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon tidak setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki nilai rata-rata 2,94 dan dikatakan variabel (X4) ini baik. (Lampiran 4)

4.3.2 Deskripsi Variabel Inovasi (Y1)

Pada variabel Iovasi (Y1) terdapat 6 indikator yaitu, Produk (Y1), Pelayanan (Y2), Proses (Y3), Pasar (Y4), Logistik (Y5), dan Organisasi Usaha (Y6). Hasil distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel ini disajikan sebagaimana Tabel 4.7.

Tabel 4.7
Deskrifsi Variabel Inovasi (Y1)

Indikator	Skor Jawaban Responden										Jumlah	Rata rata
	STS		TS		N		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Y1.1	33	20.6	58	36.3	0	0	45	28.1	24	15.0	160	2.81
Y1.2	6	3.8	24	15.0	0	0	99	61.9	31	19.4	160	3.78
Y1.3	1	6	20	12.5	0	0	105	65.6	34	21.3	160	3.94
Y1.4	2	1.3	16	10.0	0	0	86	53.8	56	35.0	160	4.11
Y1.5	6	3.8	10	6.3	0	0	84	52.5	60	37.5	160	4.14
Y1.6	8	5.0	15	9.4	0	0	78	48.8	59	36.9	160	4.03
Rata-rata skor Variabel												3.80

Sumber : Dikembangkan untuk penelitian ini (2022) (Lampiran 4)

Dari tabel diatas dapat diketahui indikator tentang Logistik(Y1.5) dengan pernyataan yaitu Saya selalu mengembangkan pasokan bahan baku dari pemasar-pemasar baru dengan kualitas bahan baku yang lebih baik, responden merasa bahwa

didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 84 responden atau 52,5%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki nilai rata-rata 4,14 dan dikatakan variabel (Y1.5) ini sangat baik.

Pada indikator tentang Pasar (Y1.4) dengan pernyataan yaitu Saya terus mengembangkan segmen-segmen pasar (pelanggan-pelanggan) baru, responden merasa bahwa didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 86 responden atau 53,8%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki nilai rata-rata 4,11 dan dikatakan variabel (Y1.4) ini sangat baik.

Pada indikator keenam tentang Organisasi Usaha (Y1.6) dengan pernyataan yaitu Saya terus mengembangkan organisasi usaha dengan tujuan untuk pengolahan produksi yang lebih baik, responden merasa bahwa didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 78 responden atau 48,8%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki nilai rata-rata 4,03 dan dikatakan variabel (Y1.6) ini sangat baik.

Pada indikator tentang Proses (Y1.3) dengan pernyataan yaitu Saya terus mengembangkan proses produksi sehingga menghasilkan produk yang semakin cepat, efisien dan berkualitas, responden merasa bahwa didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 105 responden atau 65,6%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki nilai rata-rata 3,94 dan dikatakan variabel (Y1.3) ini sangat baik.

Pada indikator tentang Pelayanan (Y1.2) dengan pernyataan yaitu Saya terus mengembangkan pelayanan baru yang semakin berkualitas, responden merasa bahwa didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 99 responden atau 61,9%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki nilai rata-rata 3,78 dan dikatakan variabel (Y1.2) ini sangat baik.

Pada indikator Produk (Y1.1) dengan pernyataan yaitu Saya selalu membuat/mengembangkan pelayanan baru yang semakin berkualitas, responden merasa bahwa didominasi oleh jawaban tidak setuju dengan jumlah 58 responden atau 36,3%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon tidak setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki nilai rata-rata 2,81 dan dikatakan variabel (Y1.1) ini baik.

4.3.3 Deskripsi Variabel Keunggulan Bersaing (Y2)

Pada variabel Keunggulan Bersaing (Y2) terdapat 5 indikator yaitu, Harga (Y2.1), Kualitas (Y2.2), Pengiriman yang dapat diandalkan (Y2.3), Inovasi Produk (Y2.4), *Time To Market* (Y2.5). Hasil distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel ini disajikan sebagaimana Tabel 4.8.

Tabel 4.8
Deskripsi Variabel Keunggulan Bersaing (Y2)

Indikator	Skor Jawaban Responden										Jumlah	Rata rata
	STS		TS		N		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Y1	49	30.6	74	46.3	0	0	30	18.8	7	4.4	160	2.20

Y2	6	3.8	21	13.1	0	0	100	62.5	33	20.6	160	3.83
Y3	49	30.6	39	24.4	0	0	46	28.7	26	16.3	160	2.76
Y4	32	20.0	44	27.5	0	0	53	33.1	31	19.4	160	3.04
Y5	5	3.1	17	10.6	0	0	68	42.5	70	43.8	160	4.13
Rata-rata skor Variabel												3.19

Sumber : Dikembangkan untuk penelitian ini (2022)

Dari tabel diatas dapat diketahui Pada indikator tentang *Time To Market* (Y2.5) dengan pernyataan yaitu Produk yang dihasilkan memiliki gagasan & perencanaan yang dilaksanakan tepat pada waktunya, responden merasa bahwa didominasi oleh jawaban sangat setuju dengan jumlah 70 responden atau 43,8%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki nilai rata-rata 4,13 dan dikatakan variabel (Y2.5) ini sangat baik.

Pada indikator tentang Inovasi Produk (Y2.4) dengan pernyataan yaitu Produk yang dihasilkan memiliki perbedaan di bandingkan dengan produk lainnya, responden merasa bahwa didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 53 responden atau 33,1%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki nilai rata-rata 3,04 dan dikatakan variabel (Y2.4) ini baik.

Pada indikator tentang Pengiriman yang dapat diandalkan (Y2.3) dengan pernyataan yaitu Produk yang dihasilkan selalu tepat waktu (selalu ready), responden merasa bahwa didominasi oleh jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 49 responden atau 30,6%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya

memberikan respon sangat tidak setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki nilai rata-rata 2,76 dan dikatakan variabel (Y2.3) ini baik.

Pada indikator Harga (Y2.1) dengan pernyataan yaitu Harga yang ditetapkan lebih murah dari pesaing lainnya, responden merasa bahwa didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 100 responden atau 62,5%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon tidak setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki nilai rata-rata 2,20 dan dikatakan variabel (Y2.1) sangat ini baik. (*Lampiran 4*)

4.4 Uji Instrumen Penelitian

Uji Instrumen penelitian meliputi pengujian validitas dan Reliabilitas. Validitas instrumen diuji dengan alat analisis Korelasi Pearson antara item dengan total item. Jika nilai korelasi di atas 0.30, mengindikasikan item tersebut valid. Sebaliknya jika nilai korelasi di bawah 0.30 mengindikasikan item tersebut tidak valid, dan layak untuk tidak diikuti sertakan pada tahap selanjutnya. Sedangkan reliabilitas instrumen diuji dengan alat analisis *Alpha Cronbach*. Jika nilai koefisien *alpha cronbach* di atas 0.60 mengindikasikan instrumen reliabel, sebaliknya jika nilai koefisien *alpha cronbach* di bawah 0.60 mengindikasikan instrumen tidak reliabel. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas secara lengkap disajikan pada. (*Lampiran 3*).

4.4.1 Uji Validitas

Uji tingkat validitas dilakukan Hasil pengujian validitas instrumen Ke 3 Variabel Kompetensi SDM(X1), Inovasi (Y1), dan Keunggulan Bersaing (Y2). Disajikan Seperti Dalam Tabel 4.9. Berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Variabel Kompetensi SDM (X1)

Variabel	Item	Kolerasi	Keterangan
Kompetensi SDM (X1)	X1	0.699	Valid
	X2	0.686	Valid
	X3	0.650	Valid
	X4	0.854	Valid
	X5	0.854	Valid
Inovasi (Y1)	Y6	0.574	Valid
	Y7	0.710	Valid
	Y8	0.808	Valid
	Y9	0.799	Valid
	Y10	0.788	Valid
	Y11	0.651	Valid
Keunggulan Bersaing (Y2)	Y12	0.678	Valid
	Y13	0.565	Valid
	Y14	0.753	Valid
	Y15	0.802	Valid
	Y16	0.510	Valid

Sumber : Data diolah, 2022

Dari tabel 4.4 diatas terlihat bahwa Dari Tabel di atas terlihat bahwa dari 16 indikator dari 3 variabel yaitu Variabel Kompetensi SDM (X1), Inovasi (Y1) dan

Keunggulan Bersaing (Y2) memiliki nilai kolerasi antara 0.510 hingga 0.854. Dari besarnya kolerasi terlihat bahwa seluruh nilai lebih besar dari 0,3, sehingga seluruh item pertanyaan dinyatakan valid. (*Lampiran 3*)

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan statistik *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6 ($>0,6$).

Hasil pengujian reliabilitas instrument menggunakan alat bantu oleh statistik SPSS 23. Adapun hasil output dapat diketahui sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Reliability Coefficients	Cronbach Alpha	Keterangan
Kompetensi SDM(X1)	5 item	790	Realibel
Inovasi (Y1)	6 item	789	Realibel
Keunggulan Bersaing (Y2)	5 item	692	Realibel

Sumber : Data diolah, 2022

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel diatas setelah di uji realibilitas adalah reliabel. (*Lampiran 3*)

4.5 Hasil Pengujian Analisis SEM

Sehubungan penggunaan alat analisis dalam pengujian ini adalah SEM menggunakan program AMOS maka perlu dilakukan uji asumsi yang dilakukan dalam SEM, yaitu normalitas, linearitas, outler dan *goodness of fit model*.

4.5.1 Normalitas

Asumsi normalitas *multivariate* secara keseluruhan diuji dengan bantuan *software* AMOS 23 pada Lampiran 6. Hasil pengujian diperoleh nilai *Critical ratio* sebesar 14.883 dengan nilai kritis Zhitung untuk α 5 % adalah sebesar 56.478. karena nilai mutlak CR untuk *multivariate* sebesar $14.883 < 56.478$ maka asumsi normalitas *multivariate* terpenuhi.

4.5.2 Outlier

Untuk menguji ada tidaknya *outlier*, dapat dilihat dengan *mahalanobis distance* (Md). *Mahalanobis distance* adalah suatu jarak yang mengukur jauh dekatnya titik pusat data “rata-rata” dengan masing-masing titik observasi. Dalam kasus ini titik observasi adalah nomor kuisioner dari responden. Pemeriksaan terhadap *outliers multivariat* dilakukan menggunakan kriteria mahalanobis pada tingkat $p < 0.000$. *Mahalanobis distance* dievaluasi menggunakan χ^2 pada derajat bebas sebesar banyaknya paramater dalam model yang digunakan yaitu=160 dimana dari tabel statistik diperoleh $X^2_{160} = 1.271,207$ Kaidah pengambilan keputusan, jika Md dari titik obeservasi $> 1.271,207$ maka dikatakan bahwa titik observasi itu adalah tidak *outlier*, sedangkan jika Md dari titik observasi $< 1.271,207$ maka dikatakan bahwa titik observasi itu bukan suatu outlier.

Dari tabel *Mahalanobis distance* (Lampiran 5) dapat dilihat bahwa titik observasi yang paling jauh adalah responden ke 120 dengan nilai Md= 53.228 . Jika dibandingkan dengan nilai $X^2_{160} = 1.271,207$ maka nilai Md titik ke-120<

1.271,207, maka disimpulkan bahwa semua titik observasi bukan merupakan outlier.

4.5.3 Linieritas

Pengujian asumsi Linieritas dilakukan dengan metode *Curve Fit*, dihitung dengan bantuan *software* SPSS. Hasilnya linieritas disajikan pada Lampiran 5. Rujukan yang digunakan adalah prinsip *parsimony*, yaitu bilamana seluruh model yang digunakan sebagai dasar pengujian signifikan atau non signifikan berarti model dikatakan linier. Spesifikasi model yang digunakan sebagai dasar pengujian adalah model linier, *kuadratik*, kubik, *inverse*, logaritmik, *power*, *compound*, *growth*, dan *eksponensial*.

Tabel 4.11
Hasil Pengujian Asumsi Linieritas

Hubungan Antara Variabel		Hasil Pengujian	Standar Pengujian	Keputusan
Inovasi (Y1)	Kompetensi SDM (X1)	0.000	<0.05	Linier
Keunggulan Bersaing (Y2)	Kompetensi SDM (X1)	0.000	<0.05	Linier
Keunggulan Bersaing (Y2)	Inovasi (Y1)	0.000	<0.05	Linier

Sumber : Data diolah, 2022

Dari data tabel 4.13 dari tabel diatas terlihat bahwa semua model terbentuk linier dan signifikan sehingga asumsi linieritas terpenuhi. (lampiran 5)

4.5.4 Goodness Of Fit Model

Model teoritis pada kerangka konseptual penelitian, dikatakan *fit* jika didukung oleh data *empiric*. Hasil pengujian *Goodness of fit overall model*, sesuai dengan analisis SEM pada lampiran 5, guna mengetahui apakah model hipotetik didukung oleh data empiris, diberikan pada Tabel 4.12 di bawah ini :

Tabel 4.12
Hasil Pengujian Goodness of Fit Overall Model

Kriteria	Cut-of value	Hasil Model	Keteranagn
Chi Square	Kecil	510.668	Model Tidak Baik
p-value	≥ 0.05	***	
CMIN/DF	≤ 2.00	5.056	Model Tidak Baik
GFI	≥ 0.90	0.723	Model Tidak Baik
AGFI	≥ 0.90	0.628	Model Tidak Baik
TLI	≥ 0.95	0.634	Model Tidak Baik
CFI	≥ 0.95	0.692	Model Tidak Baik
RMSEA	≤ 0.08	0.160	Model Tidak Baik

Sumber : Data penelitian diolah 2022

Hasil pengujian *Goodness of Fit Overall* berdasarkan Gambar dan Tabel di atas, Menurut Arbuckle dan Wothke, dalam Tegar (2020:76), kriteria terbaik yang digunakan sebagai indikasi kebaikan model adalah nilai Chi Square/DF yang

kurang dari 2, dan RMSEA yang dibawah 0,08. Pada penelitian ini, nilai CMIN/DF dan RMSEA tidak memenuhi nilai *cutoff*.

Dari hasil analisis data pada tabel diatas, dapat dikatakan bahwa antara model dengan data yang dihasilkan tidak memiliki kesesuaian dilihat dari nilai hasil pengujian dibandingkan dengan *cut off value* tidak sesuai. (lampiran 5)

4.5.5 Model Pengukuran (CFA)

Model pengukuran diukur dari nilai *loading factor (standardize coefficient)* pada setiap indikator ke variabel laten. Nilai *loading factor* menunjukkan bobot dari setiap indikator sebagai pengukur dari masing-masing variabel. Indikator dengan *loading factor* besar menunjukan bahwa indikator tersebut sebagai pengukur variabel yang terkuat (dominan). Berdasarkan atas uraian di atas, dan hasil pengujian Motif, Watak, Konsep Diri, Pengetahuan, Keterampilan secara keseluruhan disajikan sebagai berikut :

Tabel 4.14
Hasil Pengujian *Measurement Model* Variabel Kompetensi SDM (X1)

Indikator	Standardize	P-Value	Keterangan
X1= Motif	0.53	0,000	Signifikan
X2= Watak	0.56	0,000	Signifikan
X3= Konsep Diri	0.39	0,000	Signifikan
X4= Pengetahuan	0.89	0,000	Signifikan

X5= Keterampilan	0.90	0,000	Signifikan
------------------	------	-------	------------

Sumber : Data Penelitian Diolah,2021

Dari Tabel di atas, diperoleh *measurement model* pada variabel kompetensi SDM (X1). Diukur oleh lima (5) indikator yaitu berdasarkan Motif (X1), Watak (X2), Konsep Diri (X3) , Pengetahuan (X4), Keterampilan (X5). Semua indikator dari variabel ini memiliki nilai *P-value* < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator ini signifikan mengukur variabel Kompetensi SDM (X1). Nilai koefisien *standardize* berdasarkan data dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa indikator terkuat yang membentuk variabel Kompetensi SDM adalah berdasarkan Keterampilan dengan nilai *loading factor* sebesar 0,90. Hal ini menunjukkan indikator berdasarkan Keterampilan yang dipilih signifikan inilah dan yang dipandang paling berpengaruh terhadap pembentukan variabel Kompetensi SDM.

Nilai koefisien *standardize* berdasarkan data dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa indikator terkuat kedua yang membentuk variabel Kompetensi SDM adalah berdasarkan Pengetahuan dengan nilai *loading factor* sebesar 0,89. Hal ini menunjukkan indikator berdasarkan Pengetahuan yang dipilih signifikan inilah dan yang dipandang kedua berpengaruh terhadap pembentukan variabel Kompetensi SDM.

Nilai koefisien *standardize* berdasarkan data dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa indikator terkuat ketiga yang membentuk variabel Kompetensi SDM adalah berdasarkan Watak dengan nilai *loading factor* sebesar 0,56. Hal ini menunjukkan indikator berdasarkan Watak yang dipilih signifikan

inilah dan yang dipandang ketiga berpengaruh terhadap pembentukan variabel Kompetensi SDM, indikator keempat terkuat yang membentuk variabel kompetensi SDM yaitu indikator Konsep Diri (X3) semakin tinggi Konsep Diri yang diterapkan maka semakin tinggi kompetensi SDM dengan nilai *loading factor* 0,39, dan indikator kelima terkuat yang membentuk variabel Kompetensi SDM yaitu indikator Konsep Diri semakin baik Konsep Diri yang diterapkan maka semakin tinggi Keunggulan Bersaing dengan nilai *loading factor* 0,39. (Lampiran 5)

Tabel 4.15
Hasil Pengujian *Measurement Model* Variabel Inovasi (Y1)

Indikator	Standardize	P-Value	Keterangan
Y1.1= Produk	0.29	0,001	Signifikan
Y1.2= Pelayanan	0.51	0,000	Signifikan
Y1.3= Proses	0.81	0,000	Signifikan
Y1.4= Pasar	0.87	0,000	Signifikan
Y1.5= Logistic	0.82	0,000	Signifikan
Y1.6= Organisasi Usaha	0.67	0,000	Signifikan

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2021

Dari Tabel di atas, diperoleh *measurement model* pada variabel kompetensi SDM (X1). Diukur oleh enam (6) indikator Produk (Y1.1), Pelayanan (Y1.2) , Proses (Y1.3) , Pasar (Y1.4), Logistic (Y1.5), Organisasi Usaha (Y1.6). Semua indikator dari variabel ini memiliki nilai *P-value* < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator ini signifikan mengukur variabel Inovasi (Y1). Nilai koefisien *standardize* berdasarkan data dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa indikator terkuat yang membentuk variabel Inovasi adalah berdasarkan Pasar dengan nilai *loading factor* sebesar 0,87. Hal ini menunjukkan indikator

berdasarkan Pasar yang dipilih signifikan inilah dan yang dipandang paling berpengaruh terhadap pembentukan variabel Inovasi.

Nilai koefisien *standardize* berdasarkan data dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa indikator terkuat kedua yang membentuk variabel Inovasi adalah berdasarkan Logistik dengan nilai *loading factor* sebesar 0,82. Hal ini menunjukkan indikator berdasarkan Logistik yang dipilih signifikan inilah dan yang dipandang kedua berpengaruh terhadap pembentukan variabel Inovasi.

Nilai koefisien *standardize* berdasarkan data dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa indikator terkuat ketiga yang membentuk variabel Inovasi adalah berdasarkan Proses dengan nilai *loading factor* sebesar 0,81. Hal ini menunjukkan indikator berdasarkan Proses yang dipilih signifikan inilah dan yang dipandang ketiga berpengaruh terhadap pembentukan variabel Inovasi, indikator keempat terkuat yang membentuk variabel Inovasi yaitu indikator Organisasi Usaha semakin tinggi Organisasi Usaha yang diterapkan maka semakin tinggi Inovasi dengan nilai *loading factor* 0,64, indikator kelima terkuat yang membentuk variabel Inovasi yaitu indikator Pelayanan semakin tinggi Pelayanan yang diterapkan maka semakin tinggi Inovasi dengan nilai *loading factor* 0,51, dan indikator keenam terkuat yang membentuk variabel Inovasi yaitu indikator Produk semakin baik Produk yang diterapkan maka semakin tinggi Inovasi dengan nilai *loading factor* 0,29. (Lampiran 5)

Tabel 4.16
Hasil Pengujian *Measurement Model* Variabel
Keunggulan Bersaing (Y2)

Indikator	Standardize	P-Value	Keterangan
Y2.1= Harga	0.53	0,000	Signifikan
Y2.2= Kualitas	0.52	0,000	Signifikan
Y2.3= Pengiriman Yang Dapat Di Andalkan	0.67	0,000	Signifikan
Y2.4= Inovasi Produk	0.75	0,000	Signifikan
Y2.5= Time To Market	0.23	0,010	Non Signifikan

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2020 (Lampiran 5)

Dari Tabel di atas, diperoleh *measurement model* pada variabel Keunggulan Bersaing(Y2). Diukur oleh lima (5) indikator, yaitu : Harga (Y2.1), Kualitas (Y2.2), Pengiriman Yang Dapat Di Andalkan (Y2.3), Inovasi Produk (Y2.4), Time To Market (Y2.5). Semua indikator dari variabel ini memiliki nilai *P-value* < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator ini signifikan mengukur variabel Keunggulan Bersaing (Y2). Nilai koefisien *standardize* berdasarkan data dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa indikator terkuat yang membentuk variabel Keunggulan Bersaing adalah berdasarkan Inovasi Produk dengan nilai *loading factor* sebesar 0,75. Hal ini menunjukkan indikator berdasarkan Inovasi Produk yang dipilih signifikan inilah dan yang dipandang paling berpengaruh terhadap pembentukan variabel Keunggulan Bersaing.

Nilai koefisien *standardize* berdasarkan data dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa indikator terkuat kedua yang membentuk variabel Keunggulan Bersaing adalah berdasarkan Pengiriman Yang Dapat Diandalkan dengan nilai *loading factor* sebesar 0,67. Hal ini menunjukkan indikator

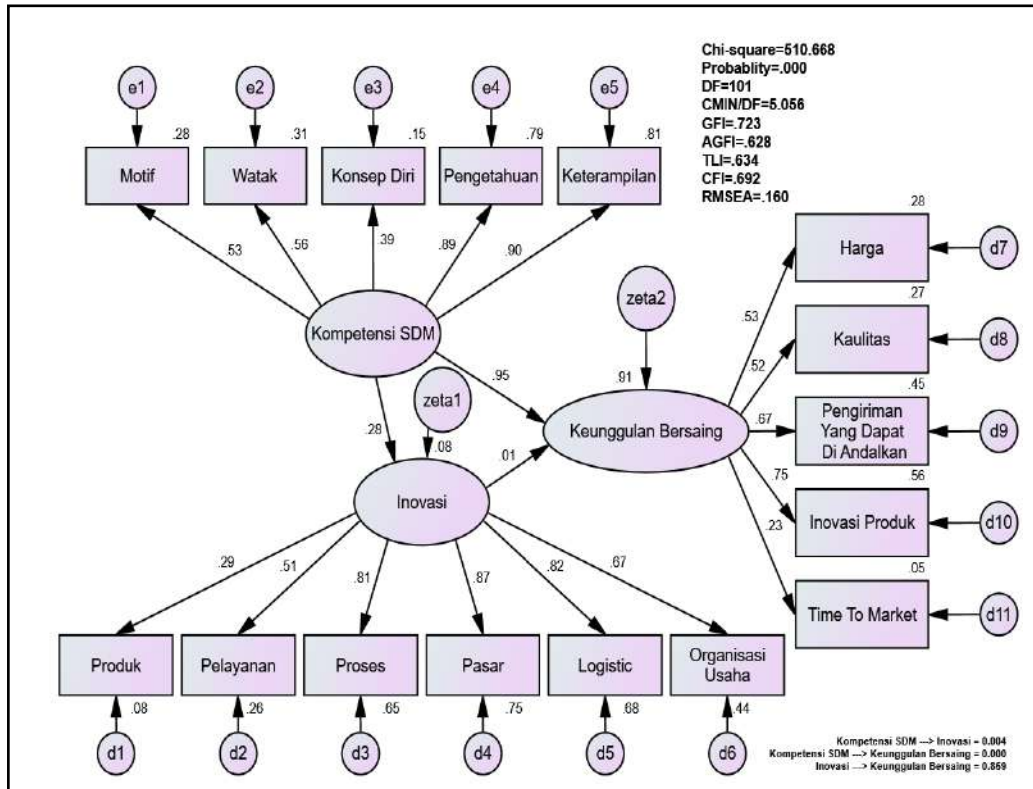
berdasarkan Pengiriman Yang Dapat Diandalkan yang dipilih signifikan inilah dan yang dipandang kedua berpengaruh terhadap pembentukan variabel Keunggulan Bersaing.

Nilai koefisien *standardize* berdasarkan data dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa indikator terkuat ketiga yang membentuk variabel Keunggulan Bersaing adalah berdasarkan Harga dengan nilai *loading factor* sebesar 0,53. Hal ini menunjukkan indikator berdasarkan Harga yang dipilih signifikan inilah dan yang dipandang ketiga berpengaruh terhadap pembentukan variabel Keunggulan Bersaing, indikator keempat terkuat yang membentuk variabel Keunggulan Bersaing yaitu indikator Kualitas semakin tinggi Kualitas yang diterapkan maka semakin tinggi Keunggulan Bersaing dengan nilai *loading factor* 0,52, dan indikator kelima terkuat yang membentuk variabel Keunggulan Bersaing yaitu indikator *Time To Market* semakin tinggi *Time To Market* yang diterapkan maka semakin tinggi Keunggulan Bersaing dengan nilai *loading factor* 0,23.

4.6 Model Struktural

Dalam model struktural ini, diuji Tiga hipotesis hubungan antar variabel (pengaruh langsung) secara keseluruhan. Berikut disajikan secara lengkap hasil pengujian hubungan antar variabel penelitian seperti dalam gambar dan tabel berikut:

Gambar 4.6
Hasil Pengukuran Model Dengan SEM



Sumber : Data Penelitian diolah,2020 (lampiran 6)

Tabel 4.17
Hasil Analisis Jalur : Pengaruh Langsung

Hubungan antar variabel	Koefisien	P-value	Keterangan
Kompetensi SDM(X1) -> Inovasi(Y2)	0,28	0.004	Signifikan
Kompetensi SDM(X1) -> Keunggulan bersaing(Y2)	0,95	0,000	Signifikan
Inovasi(Y1) -> Keunggulan Bersaing(Y2)	0,01	0,859	Non Signifikan

Sumber : Data Penelitian diolah,2022

Berdasarkan atas Tabel di atas, maka hasil pengujian model struktural disajikan sebagai berikut:

1. Kompetensi SDM berpengaruh signifikan terhadap Inovasi. Hal ini terlihat dari P-value, sebesar $0.004 < (0.05)$ dan dengan nilai koefisien 0,28. Karena

koefisien bertanda positif mengindikasikan hubungan keduanya searah. Artinya jika pengaruh Kompetensi SDM meningkat maka Inovasi juga meningkat.

2. Kompetensi SDM berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Hal ini terlihat dari *P-value*, sebesar $0.000 < (0.05)$ dan dengan nilai koefisien 0,95. Karena koefisien bertanda positif mengidentifikasi hubungan keduanya searah. Artinya jika pengaruh Kompetensi SDM meningkat maka Keunggulan Bersaing juga meningkat.
3. Inovasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Hal ini terlihat dari *P-value* sebesar $0.859 > (0.05)$ dan dengan nilai koefisien 0,01. Karena koefisien bertanda positif mengindikasikan hubungan keduanya searah. Artinya meskipun hubungannya positif atau serah, namun pengaruh Inovasi sangat kecil terhadap Keunggulan Bersaing. (*lampiran 5*)

Selain pengajuan langsung, didalam SEM juga dikenal pengaruh tidak langsung (*indirect effect*). Pengaruh tidak langsung adalah hasil perkalian dua pengaruh tidak langsung. Pengaruh tidak langsung dinyatakan signifikan jika kedua pengaruh langsung yang membentuknya adalah signifikan. Berikut disajikan hasil pengaruh tidak langsung sebagai tabel 4.17 berikut ini:

Tabel 4.18
Model Struktural Hasil SEM Pengaruh Tidak Langsung

Pengaruh Tidak Langsung	Koefisien Pengaruh Langsung	Koefisien Pengaruh Langsung	Koefisien Pengaruh Tidak Langsung	Keterangan
$X1 \rightarrow Y1 \rightarrow Y2$	$X1 \rightarrow Y1 = 0,28$	$Y1 \rightarrow Y2 = 0,01$	0,0028	Non Signifikan

Sumber : Data Penelitian diolah, 2022

Berdasarkan Tabel diatas, maka hasil pengujian model analisis jalur sebagai berikut:

Pengaruh tidak langsung antara Kompetensi SDM (X1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y2) melalui Inovasi (Y1), diperoleh koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,0028 Karena pengaruh langsung (Kompetensi SDM ke Inovasi, dan Inovasi ke Keunggulan Bersaing) tidak signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara Kompetensi SDM terhadap Keunggulan Bersaing melalui Inovasi. Artinya semakin meningkat nilai Kompetensi SDM maka tidak akan mempengaruhi nilai Keunggulan Bersaing melalui Inovasi. (lampiran 5)

4.7 Pengujian Hipotesis

4.7.1 Pengaruh Kompetensi SDM (X1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y2)

Berdasarkan hasil analisis, koefisien hubungan antara Kompetensi SDM (X1) dengan Keunggulan Bersaing (Y2) adalah sebesar 0,95 dengan *P-value* sebesar 0,000. Karena nilai *P-value* < 0,05 mengindikasikan bahwa Kompetensi SDM berpengaruh sangat signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Karena koefisien bertanda positif mengindikasikan hubungan searah. Artinya beberapapun

nilai Kompetensi SDM sama sekali tidak akan mempengaruhi nilai Keunggulan Bersaing.

Berdasarkan uraian diatas, maka H1: yang menyatakan Kompetensi SDM berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Hipotesis diterima.

4.7.2 Pengaruh Kompetensi SDM (X1) terhadap Inovasi (Y1)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis antara Kompetensi SDM (X1) terhadap Inovasi (Y1) dapat dijelaskan seperti berikut: berdasarkan hasil analisis, koefisien hubungan antara Kompetensi SDM (X1) dengan Inovasi (Y1) adalah sebesar 0,28 dengan *P-value* sebesar 0,004. Karena nilai *P-value* < 0,05 mengindikasikan bahwa Kompetensi SDM berpengaruh signifikan terhadap Inovasi. Karena koefisien bertanda positif mengindikasikan hubungan antara variabel searah. Artinya semakin meningkat Variabel Kompetensi SDM maka akan mempengaruhi nilai Inovasi.

Berdasarkan uraian diatas, maka H2: yang menyatakan Kompetensi SDM berpengaruh signifikan terhadap Inovasi. Hipotesis diterima.

4.7.3 Pengaruh Inovasi (Y1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y2)

Berdasarkan hasil analisis, koefisien hubungan antara Inovasi (Y1) dengan Keunggulan Bersaing (Y2) adalah sebesar 0,859 dengan *P-value* sebesar 0,000. Karena nilai *P-value* > 0,05 mengidentifikasikan bahwa Inovasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Artinya bagaimanapun nilai Inovasi, tidak akan berpengaruh pada tinggi rendahnya tingkat Keunggulan Bersaing.

Berdasarkan uraian diatas, maka H3: yang menyatakan Inovasi berpengaruh signifikan Keunggulan Bersaing. Hipotesis ditolak.

4.8 Pembahasan

4.8.1 Semakin Baik Kompetensi SDM akan Semakin Meningkatkan Inovasi

Berdasarkan hasil analisis, Penguji hipotesis antara hubungan Kompetensi SDM (X1) terhadap Inovasi (Y1) adalah sebagai berikut: berdasarkan hasil analisis, koefisien hubungan antara Kompetensi SDM (X1) dengan Inovasi (Y1) adalah sebesar 0,28 dengan *P-value* sebesar 0,004. Karena nilai *P-value* < 0,05 mengindikasikan bahwa Kompetensi SDM berpengaruh positif berpengaruh signifikan terhadap Inovasi. Artinya semakin tinggi Kompetensi SDM maka semakin meningkat Inovasi.

Berdasarkan hasil pengujian *measurement* model variabel Kompetensi SDM memiliki lima (5) indikator yaitu Motif, Watak, Konsep Diri, Pengetahuan, dan Keterampilan. Dimana Keterampilan yang paling utama sebagai pengukur Kompetensi SDM yaitu sebesar (0,90). Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya nilai Kompetensi SDM dari Keterampilan. Artinya semakin meningkat Keterampilan, maka semakin meningkat pula Kompetensi SDM pada pelaku UMKM di Kabupaten Bulungan, khususnya dibidang *Bakery*.

Sedangkan pada variabel Inovasi berdasarkan hasil pengujian *measuremet* model variabel Inovasi memiliki enam (6) indikator yaitu Produk, Pelayanan, Proses, Pasar, Logistik, Organisasi usaha. Dimana Pasar yang paling utama sebagai pengukuran Inovasi yaitu 0,87. Hal ini mengindikasikan bahwa mengukur variabel Inovasi dari Pasar. Artinya semakin meningkat Pasar, maka semakin meningkat pula Inovasi pada pelaku UMKM di Kabupaten Bulungan, khususnya dibidang *Bakery*.

Dari analisis menyatakan semakin tinggi Kompetensi SDM pada Pelaku UMKM akan semakin meningkat Inovasi. Hal ini memperlihatkan jika pada indikator Keterampilan di tingkatkan lagi maka Kompetensi SDM pada pelaku UMKM akan meningkat, sehingga Inovasi juga akan meningkat, yang utamanya terlihat dari tingginya umpan balik yang didapatkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil observasi awal pada 20 pelaku usaha khususnya Bakery menunjukkan bahwa Kompetensi SDM berpengaruh terhadap Inovasi. Hasil dari penelitian sekarang menyatakan bahwa Kompetensi SDM berpengaruh terhadap Inovasi.

Hasil penelitian ini sejalan dan memperkuat temuan dari penelitian yang dilakukan oleh Khaerul Syobar (2016) yang menyatakan bahwa Kompetensi SDM berpengaruh positif signifikan terhadap Inovasi.

4.8.2 Semakin baik Kompetensi SDM maka akan semakin meningkat Keunggulan Bersaing.

Berdasarkan hasil analisis, Penguji hipotesis antara hubungan Kompetensi SDM (X1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y2) adalah sebagai berikut: berdasarkan hasil analisis, koefisien hubungan antara Kompetensi SDM (X1) dengan Keunggulan Bersaing (Y2) adalah sebesar 0,95 dengan P-value sebesar 0,000. Karena nilai P-value < 0,05 mengindikasikan bahwa Kompetensi SDM berpengaruh positif berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Artinya semakin tinggi Kompetensi SDM maka semakin meningkat Keunggulan Bersaing.

Berdasarkan hasil pengujian *measurement* model variabel Kompetensi SDM memiliki lima (5) indikator yaitu Motif, Watak, Konsep Diri, Pengetahuan,

dan Keterampilan. Dimana Keterampilan yang paling utama sebagai pengukur Kompetensi SDM yaitu sebesar (0,90). Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya nilai Kompetensi SDM dari Keterampilan. Artinya semakin meningkat Keterampilan, maka semakin meningkat pula Kompetensi SDM pada pelaku UMKM di Kabupaten Bulungan, khususnya dibidang *Bakery*.

Sedangkan pada variabel Keunggulan Bersaing berdasarkan hasil pengujian *measuremet* model variabel Keunggulan Bersaing memiliki lima (5) indikator yaitu Harga, Kualitas, Pengiriman yang dapat diandalkan, Inovasi Produk, *Time To Market*. Dimana Inovasi Produk yang paling utama sebagai pengukuran Keunggulan Bersaing yaitu 0,75. Hal ini mengindikasikan bahwa mengukur variabel Keunggulan Bersaing dari Inovasi Produk. Artinya semakin meningkat Inovasi Produk, maka semakin meningkat pula Keunggulan Bersaing pada pelaku UMKM di Kabupaten Bulungan, khususnya dibidang *Bakery*.

Dari analisis menyatakan semakin tinggi Kompetensi SDM pada Pelaku UMKM akan semakin meningkat Keunggulan Bersaing. Hal ini memperlihatkan jika pada indikator Keterampilan di tingkatkan lagi maka Kompetensi SDM pada pelaku UMKM akan meningkat, sehingga Inovasi juga akan meningkat, yang utamanya terlihat dari tingginya Inovasi Produk yang didapatkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil observasi awal pada 20 pelaku usaha khususnya Bakery menunjukan bahwa Kompetensi SDM berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing. Hasil dari penelitian sekarang menyatakan bahwa Kompetensi SDM berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing.

Hasil penelitian ini sejalan dan memperkuat temuan dari penelitian yang dilakukan oleh M.S. Rugian, B. Tawel., Taroreh (2019), Chamndan Wahid Sobirin (2020), Dwi Kusuma Ramdani (2017) yang menyatakan bahwa Kompetensi SDM berpengaruh positif signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

4.8.3 Semakin baik Inovasi maka akan semakin meningkat Keunggulan Bersaing.

Berdasarkan hasil analisis, Pengujian hipotesis antara hubungan Inovasi (Y1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y2) adalah sebagai berikut: berdasarkan hasil analisis, koefisien hubungan antara Inovasi (Y1) dengan Keunggulan Bersaing (Y2) adalah sebesar 0,01 dengan P-value sebesar 0,000. Karena nilai P-value < 0,05 mengindikasikan bahwa Inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Artinya berapapun nilai Inovasi, tidak akan berpengaruh pada tinggi rendahnya tingkat Keunggulan Bersaing.

Berdasarkan hasil pengujian measurement model variabel Inovasi memiliki enam (6) indikator yaitu Produk, Pelayanan, Proses, Pasar, Logistik, Organisasi usaha. Dimana Pasar yang paling utama sebagai pengukuran Inovasi yaitu sebesar (0,89). Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya nilai Inovasi dari Pasar. Artinya semakin meningkat Pasar, maka semakin meningkat pula Inovasi pada pelaku UMKM di Kabupaten Bulungan, khususnya dibidang Bakery.

Sedangkan pada variabel Keunggulan Bersaing berdasarkan hasil pengujian measurement model variabel Keunggulan Bersaing memiliki lima (5) indikator yaitu Harga, Kualitas, Pengiriman yang dapat diandalkan, Inovasi Produk, *Time To*

Market. Dimana Inovasi Produk yang paling utama sebagai pengukuran Keunggulan Bersaing yaitu 0,75. Hal ini mengindikasikan bahwa mengukur variabel Keunggulan Bersaing dari Inovasi Produk. Artinya semakin meningkat Inovasi Produk, maka semakin meningkat pula Keunggulan Bersaing pada pelaku UMKM di Kabupaten Bulungan, khususnya dibidang Bakery.

Dari analisis menyatakan semakin tinggi Inovasi pada pelaku UMKM tidak akan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Hal memperlihatkan jika terjadi perbaikan pada variabel Inovasi pada indikator tingkat Inovasi Produk di tingkatkan lagi maka Inovasi pada pelaku UMKM akan meningkat, sehingga Keunggulan Bersaing juga akan meningkat, yang utamanya terlihat dari tingginya umpan balik yang didapatkan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil observasi awal pada 20 pelaku usaha khususnya Bakery menunjukan bahwa Inovasi tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing. Hasil dari penelitian sekarang menyatakan bahwa Inovasi tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dan tidak memperkuat temuan dari penelitian yang dilakukan oleh Fatma Nurusskinah (2018) yang menyatakan bahwa Inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

4.9 Koefisien Determinasi

Berdasarkan dari Hasil analisis juga dapat disimpulkan bahwa, variabel Kompetensi SDM variasi data pada variabel Inovasi sebesar 8%, selebihnya 92% dipengaruhi oleh faktor lain tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan pengaruh

Kompetensi SDM pada variabel Keunggulan Bersaing sebesar 91%, selebihnya 9% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

BAB V

KESIMPULAN

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kompetensi SDM Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Dengan Intervening Inovasi Produk Studi Kasus Pada Bidang Bakery UMKM Kabupaten Bulungan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kompetensi SDM berpengaruh positif berpengaruh signifikan terhadap Inovasi. Artinya semakin meningkat Kompetensi SDM maka semakin baik Inovasi. Hal ini memperlihatkan jika pada indikator keterampilan ditingkatkan lagi maka kompetensi SDM pada pelaku UMKM akan meningkat, sehingga inovasi produk juga akan meningkat, yang utamanya terlihat dari kemampuan kompetensi SDMnya.
2. Kompetensi SDM berpengaruh positif berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Artinya semakin meningkat kompetensi SDM maka semakin baik keunggulan bersaing. Hal ini memperlihatkan jika pada indikator inovasi produk ditingkatkan lagi maka kompetensi SDM pada pelaku UMKM akan meningkat, sehingga keunggulan bersaing juga akan meningkat, yang utamanya terlihat dari kemampuan kompetensi SDMnya.
3. Inovasi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing. Artinya berapapun nilai inovasi, tidak akan berpengaruh pada tinggi rendahnya nilai keunggulan bersaing. Hal ini memperlihatkan jika pada indikator pasar yang tinggi di tingkatkan lagi maka inovasi pada pelaku

UMKM akan meningkat, sehingga keunggulan bersaing juga akan meningkat, yang utamanya terlihat kesiapan atau kemampuan kompetensi SDMnya.

4. Disamping 3 kesimpulan diatas, berdasarkan hasil olahan data dalam penelitian ini juga diperoleh kesimpulan bahwa, variabel Kompetensi SDM dan variabel Inovasi mempengaruhi variasi data sebesar 08 %, selebihnya 92% dipengaruhi oleh faktor lain tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan pengaruh variabel Kompetensi SDM mempengaruhi variabel Keunggulan Bersaing sebesar 91%, selebihnya 9 % dipengaruhi oleh faktor lainnya diluar dari penelitian ini.

6. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diajukan saran-saran seperti berikut:

1. Disarankan kepada setiap pelaku UMKM untuk selalu meningkatkan kompetensi SDM melalui inovasi agar dapat memiliki keunggulan untuk dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.
2. Disarankan bagi peneliti selanjutnya, jika melakukan penelitian pada jenis masalah yang sama, disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain yang diprediksikan memiliki peran sebagai faktor yang turut mempengaruhi Keunggulan Bersaing.
3. Disarankan kepada Disperindagkop untuk tetap memberikan serta mengawasi Pelaku UMKM di Kabupaten Bulungan agar dapat terus berkembang pada generasi 4.1 yang sudah memiliki persaingan yang ketat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adijati. Utaminingsih, (2016). *“Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, dan Kreativitas Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran pada UKM Kerajinan Rotan di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara”*. Media Ekonomi dan Manajemen, Vol. 31 No. 2 P-ISSN:0854-1442 E-ISSN:2503-4460. Universitas Semarang.
- Agung, Anak Agung Putu. 2012/ *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Alamsyah, Ramli Akbar. 2016. *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Niat Pembelian Ulang di Toko Online*. Jurnal FEB UMM. Hal 158-164.
- Alimudin, Arasy, Achmad Zakki Falani, Sri Wiwoho Mudjanarko, dan Arthur Daniel Limantara. 2019. *“Analisis Pengaruh Penerapan Perspektif Balanced Scorecard Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm.”* 4(1): 1-17.
- Almarri, K., & Gardiner, P. (23014). Application of resource-based view to project management research: supports and opponents. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 119,437-445.
- Arianti.2012. *Tujuan Inovasi Produk*.(www.scribd.com/doc/90920422/inovasi-danproduk-baru.com)
- Amalia, Alfi, Wahyu Hidayat, Agung Budiatmo. 2012. *“Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik Semarang Di Kota Semarang”*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Bangun, Wilson. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erlangga.

Brata, A. G. 2019. "Konflik di Masa Kritis: Studi Empiris Determinasi Ketidakadilan Sosial-Ekonomi". Analisis CSIS Th XXXI No.30

Cravens, D.W., 2016. *Pemasaran Strategis, Alih Bahasa: Lina Salim, Edisi Keempat, Jilid Satu* (Jakarta: Penerbit Erlangga)

CW Sobirin, ZZulfadil, AWidayatsari. 2020. *Pengaruh Kompetensi Dan Sumber Daya Usaha Terhadap Inovasi Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Makanan Di Kota Pekanbaru Baru*. Jurnal Tepak Vol 12 No. 3 Manajemen...-jtmb. ejournal. unri.ac.id

Cynthia. V, Hendra Tawas. 2014. *Pengaruh orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado*. Manado. Jurnal EMBA Vol 2 No. 3 hal 1214-1224 ISSN 2303-1174. Ekonomi dan Bisnis Sam ratulangi Manado.

Darmanto, Drs. Sri Wardaya. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : CV. Budi Utama,.

Disperndagkop Kabupaten Bulungan, 2021

DK Ramdani, ST Rahardjo-Diponegoro Journal of..., 2017-ejournal3.undip.ac.id

F Nurussakinah, A Supriyanto, AN Faidah-2020. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Industri Sasiringan Di Wilayah Kota Banjar Masin)*. Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia Vol 1 No 1 hal 39-54 ppjp.ilm.ac.id

Handoko, T.H.E (2014). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta:BPFE.

Hasibuan, Malayu.2014. *Manajemen Sumber Day Manusia*: PT. Bumi Aksara.

Hasibuan, Melayu, 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara

Haryono, Tulus, dan Marniyanti, Sabar. (2017). *Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk Dan Kaulitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing*. (Jurnal Bisnis Dan Manajemen).

Masda. P. G. (2013) *Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Galamai Di Kota Payakumbuh*. Ejournal.unp.ac.id

MS Rugian, BTewal. 2019. *Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Rumah Kopi Modern Di Manado*. (Jurnal EMBA Vol 7 No 40).

Mudrajad Kuncoro, 2015. *Stategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. (Jakarta: Erlangga).

Nana Herdiana, 2013. *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan* (Bandung:Pustaka Setia)

Nasir, A. (2017). *Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel Di Kabupaten Pasuruan*. Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi. Vol. 5. No. 1

Purnomo, Agung, Didih Hadi Saputra, dan Janner Simarmati. 2020. *Kewirausahaan Dan Umkm*. 1st Ed. Ed. Alex Rikki. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Jannah, M. (2014). Strategi Inovasi Produk Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1), 1-5. <https://doi.org/10.32678/ijie.v5il.20>

K Syobar.2016. *Pengaruh Komunikasi, Kompetensi Pengurus, Budaya Organisasi dan Komitmen Organisasinya Terhadap Inovasi Pengurus Koperasi Serta Implikasinya Pada Kinerja Pengurus Koperasi se-Bandung Raya*.- <http://repository.unpas.ac.id>.

Larasati,Sri.2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Deepublish.

Rivai, Veithzal. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan* ,Edisike 6, Depok:PT.Raja Grafindo Persada.

Robbins, P.s., &Coulterm M. (2016). *Management*. United States: Pearson Education Limited.

Sedarmayanti.2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Rafika Aditama, Bandung

Spencer, M. L., & Spencer, M. S. (1993). *Competence at Work Modelas for Superrior Performance*, Jhon Willy & Son, Inc: New York, USA.

Spencer, L. & Spencer, S, 1993, *Competence At Work: Models For Superior Performance*. New York: John Wiley&Sons.

Suci, Yuli Rahmini. 2017. “*Perkembangan Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia.*” 6(1):51-58.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung

Sugiyono, Prof. Dr. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuanitittatif, Kualitatif, Dan R&D*, Bandung; Alfabeta.

Sunyoto, D. (2015). *Keunggulan Bersaing*. Jakarta:PT.Buku Seru.

Suwarsono, 2016. *Manajemen Strategi Konsep dan Kasus* (Yogyakarta: UPPAMPYKPN)

Tontowi, JahurAfif. (2019). *Buku Ajar Penelitian Kuanititatif*. Penerbit: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM). Universitas Kaltara. Tanjung Selor.

Tontowi, Jauhar Arif. (2019). *Penelitian Kuantitatif Dan Analisis Data Menggunakan SEM (SPPSS AMOS 20)*. Dapur Buku: Jakarta.

Tulus T.H. Tambunan, (2017) *Buku Usaha Mikro Kecil Menengah*, (Jakarta : GHALIA INDONESIA)

Yusup. 2021. *Sumber Daya Manusia Berbasis Kompetensi*. Sumatera Selatan:LD MEDIA

Zainurossalamia, Saida. 2017. *Manajemen Pemasaran dan Bisnis bagi Usaha Mikro, Kecil dan menengah*. Samarinda:RV Oustaka Horizon.