

Pengaruh *Entrepreneurial Competence* dan *Business Network* untuk Meningkatkan *Competitive Advantage*: Studi pada Pelaku UMKM Kue Kering di Kota Sukabumi

Riani Fauzia Rahmayanti¹, R Deni Muhammad Danial², Nor Norisanti³

Universitas Muhammadiyah Sukabumi

riani057@ummi.ac.id¹, rdmdanial043@ummi.ac.id², nornorisanti@ummi.ac.id³

ABSTRACT

This research was conducted to determine the influence of the entrepreneurial competence variable and the business network variable on the competitive advantage variable in dry cake MSMEs in the city of Sukabumi. The research method used in this research is a descriptive, associative research method using a quantitative approach. The population in this research are Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the culinary sector of the pastry sector spread across several sub-districts in the city of Sukabumi. The population members in this study were 50 members who were registered with the Sukabumi City Diskoperindag (industry and trade cooperative service) for the 2021/2023 period, using a method, namely nonprobability sampling with a saturated sampling type. Using IBM SPSS Version 22 software, as a data analysis technique tool. The results of this research show that all hypotheses are accepted, and it can be interpreted that there is a positive and significant influence between entrepreneurial competence and business networks increasing, so competitive advantage will also increase.

Keywords: *Entrepreneurial Competence; Business Network; Competitive Advantage*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel kompetensi wirausaha dan variabel jaringan bisnis terhadap variabel keunggulan bersaing pada pelaku UMKM kue kering yang ada pada kota Sukabumi. Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif, asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di bidang kuliner sektor kue kering yang tersebar di beberapa kecamatan kota Sukabumi. Anggota populasi dalam penelitian ini berjumlah 50 anggota yang terdaftar pada Diskoperindag (Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan) Kota Sukabumi periode 2021/2023, dengan menggunakan metode yaitu *nonprobability Sampling* dengan jenis sampling jenuh. Menggunakan *software* IBM SPSS Versi 26, sebagai alat teknik analisis data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh hipotesis diterima, dan dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara *entrepreneurial competence* dan *business network* meningkat, maka *competitive advantage* juga akan ikut meningkat.

Kata Kunci: Kompetensi Wirausaha; Jaringan Bisnis; Keunggulan bersaing

PENDAHULUAN

UMKM di Indonesia terdiri dari berbagai macam sektor usaha diantaranya seperti *fashion*, minuman, kuliner, jasa dan sebagainya. Pelaku UMKM pada kategori makanan dari tahun 2016 sampai 2021 mengalami peningkatan, sehingga jumlah

UMKM yang bergerak dalam bidang makanan di Jawa Barat terus meningkat tiap tahunnya yang terbukti bahwa kuliner makanan di Jawa Barat bertambah banyak dengan demikian menyebabkan persaingan antar pelaku UMKM, maka dari itu pelaku UMKM harus bisa memperluas ide kreatif serta teliti dalam strategi pemasaran untuk bisa menyeimbangi persaingan antar pelaku UMKM lainnya, untuk menentukan strategi harus matang dan langkah yang benar maka dari itu perlu strategi yang matang agar kuat dalam persaingan, adapun faktor keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari peningkatan target pasar tiap tahunnya yang akan dicapai pelaku UMKM (Rachmwati, 2020).

Terdapat pelaku UMKM Kue Kering yang tersebar di Kota Sukabumi dengan kecamatan yang berbeda – beda, dengan banyaknya persaingan yang ketat pada produk pelaku UMKM kue kering ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin sangat ketat seorang pelaku UMKM harus memiliki keterampilan, dapat bekerja secara profesional agar berkembangnya perusahaan serta memiliki jaringan koneksi bisnis yang luas dalam nilai jual dari hasil produk dapat mencapai suatu tujuan dari perusahaan atau usaha yang akan dijalankan (Rahmasari, 2019).

Tabel 1. Hasil Kuesioner Pra Penelitian

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Dalam menetapkan pengembangan kualitas pelayanan, menjadikan proses produksi sebagai patokan utama dalam meningkatkan kualitas produk.	28,1%	71,9 %
2	Perusahaan kami membuat daya tarik produk baru untuk meningkatkan kualitas produk dari produk pesaing.	68,8%	31,3 %
3	Perusahaan kami memberikan fasilitas layanan terbaik pada kepuasan konsumen	31,3%	68,8%
4	Perusahaan kami mempunyai sikap kewirausahaan dengan kinerja yang baik dapat menciptakan keberhasilan suatu usaha.	71,9%	28,1%
5	Perusahaan kami memiliki strategi pemasaran produk dengan layanan berbeda dari pesaingnya	50%	50%
6	Perusahaan kami membuat visual kemasan yang unik agar berbeda dari pesaing	50%	50%

Sumber : Diolah Peneliti, 2024.

Berdasarkan hasil kuesioner pra penelitian di atas pada UMKM Kue Kering di Kota Sukabumi banyaknya pelaku usaha yang menyatakan bahwa proses pengembangan kualitas pelayanan dimana pelaku UMKM kurang maksimal dalam pelayanan terhadap konsumen sehingga kualitas pelayanan sebagai patokan utama yang membuat pelaku UMKM tidak bisa bertahan lama karena dalam kualitas pelayanan yang menurun, para pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam memberikan fasilitas layanan yang kurang baik terhadap kepuasan pelanggan

mengakibatkan kurangnya minat konsumen pada produk yang menjadikan pengembangan kualitas pelayanan menurun dibanding pesaing. Pengembangan kualitas pelayanan produk mengalami ketidaksesuaian dengan target pasarnya, yang dapat mempengaruhi potensi keuntungan perusahaan pada mencapai target yang telah ditetapkan, permasalahan tersebut dapat mengakibatkan UMKM mengalami kebangkrutan atau gulung tikar.

Pengertian Manajemen

Manajemen merupakan suatu perkembangan usaha yang semakin luas mendorong pemasaran untuk lebih menggerakkan visi, misi dan perencanaan strategi komunikasi sebagai saluran distribusi yang digunakan kemitraan yang dikembangkan, merupakan salah satu tujuan pencapaian yang diharapkan pelaku usaha demi keberhasilan suatu perusahaan (Sudarsono, 2020). Manajemen juga merupakan terkait dengan kejelasan tujuan atas sasaran dan kesiapan sumber daya serta bagaimana proses mewujudkan fungsi - fungsi manajemen dengan (*planning, organizing, actuating and controlling*) agar organisasi dapat mencapai tujuan secara efektif dan efisien (Musfah, 2017).

Manajemen Strategi

Manajemen strategi bagian menghubungkan manajemen teknis dengan strategi bisnis, menciptakan proses untuk mengubah konsep menjadi kemampuan organisasi, menyediakan sumber daya manusia yang melebihi kemampuan manajemen perusahaan (Rosari et al., 2022). Hal ini dituangkan dalam bentuk rencana strategis dan dijabarkan ke dalam rencana, Manajemen strategi serangkaian tindakan manajerial yang dilakukan sebagai proses pemantauan terlebih dahulu, kemudian menentukan kinerja di masa yang akan datang, kemudian mengaplikasikan untuk evaluasi agar mencapai tujuan dari keberhasilan perusahaan, yaitu sebagai keputusan manajerial yang dapat menyebabkan presensi perusahaan dimasa depan dalam jangka panjang (Setiawati, 2020).

Entrepreneurial Competence

Entrepreneurial Competence dapat diartikan bisnis menggambarkan informasi, kemampuan wirausaha untuk menjadi perbedaan antar kreatif dan inovatif, kemampuan dan keinginan untuk memulai usaha, keinginan dan kemampuan untuk melakukan sesuatu yang baru, peluang, kemampuan, keberanian untuk mengambil risiko dan kemampuan mengembangkan ide dan mengumpulkan sumber daya bisnis (Dr.H.Saban, 2019).

Menurut (Aisah, 2014) ada beberapa dimensi dalam *entrepreneurial competence*, yaitu sebagai berikut :

1. Inovasi

Inovasi dalam membuat perubahan atau memperkenalkan sesuatu yang baru dalam produk.

2. Kerja Keras

Kegiatan maksimal yang banyak menguras tenaga, pikiran, dan waktu untuk menyelesaikan sesuatu.

3. Motivasi

Motivasi merupakan proses yang mendorong orang untuk melakukan sesuatu.

4. Pantang Menyerah

Pantang menyerah yaitu Kombinasi antara bekerja keras dengan motivasi yang untuk kesuksesan.

5. Naluri Kewirausahaan

Business Network

Business Network merupakan suatu adanya persaingan usaha bisnis antar jaringan oleh perusahaan usaha harus memiliki jaringan yang kuat akan memiliki keunggulan serta kompetitif yang baik agar jaringan bisnis bisa mengacu pada kolaborasi bisnis dengan pihak dari perusahaan lainnya serta lembaga lainnya, yang diperlukan perusahaan untuk menjalankan bisnis dan mencapai produktivitas dengan daya saing yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk keberhasilan mendapatkan keuntungan dari perkembangan bisnis yang sesuai keinginan perusahaan atau usaha (Irawan, 2020).

Menurut peneliti yang akan dilakukan oleh (Pagani & Pardo, 2017) ada 4 dimensi pada variabel *Business Network*, yaitu :

1. *Relationship*

Dalam bisnis suatu proses yang menciptakan serta mempertahankan hubungan – hubungan agar meningkatnya para konsumen lainnya.

2. *Value*

Yaitu persepsi konsumen pada *value* terhadap kualitas yang diberikan relatif lebih tinggi dari pada pesaing dapat mempengaruhi tingkat *loyalitas* konsumen, semakin tinggi.

3. *Activities*

4. *Resources*

Suatu cara yang dibuat mengatur sumber daya yang dibutuhkan perusahaan untuk menciptakan sistem tersebut memaksimalkan setiap individu secara efektif, sehingga tujuan perusahaan bisa tercapai.

Competitive Advantage

Competitive Advantage merupakan nilai lebih yang ada pada perusahaan sebagai keseluruhan, berasal dari banyak kegiatan yang lainnya dilakukan oleh perusahaan dalam memproduksi, desain produk, pemasaran produk, dan mendukung penjualan, sehingga keunggulan bersaing dapat dikerjakan organisasi sebagai upaya berhasil dalam pesaing. Melihat kegiatan ekonomi atau bisnis dari sisi pemanfaatan sumber daya dan kapabilitasnya, pemanfaatan dari sumber daya dan kapabilitas ini dalam rangka membangun daya saing yang diarahkan pada perusahaan memanfaatkan berbagai peluang mengatasi berbagai ancaman dalam persaingan,

sehingga dari kondisi ini membangun strategi yang menghambat para pesaing kesulitan untuk meniru (Danial, 2017).

Menurut (Jubaidiyah, 2022) menjelaskan ada beberapa dimensi dari *competitive advantage*, yaitu sebagai berikut:

1. Nilai Terhadap Produk Pesaing
Dapat dinilai dari produk pesaing yang mengantisipasi strategi dari kelemahan pesaing dalam persaingan bisnis dalam hal produk, kehadiran dipasar, maupun pemasaran yang dilakukan.
2. Loyalitas Pelanggan
Loyalitas dalam pelanggan bisa tercipta apabila pelanggan percaya dan puas dengan produk atau jasa organisasi.
3. Pengembangan Kualitas Pelayanan
Teknologi layanan pengembangan kualitas teknologi layanan yaitu menghasilkan produk dengan kualitas yang baik dan menggunakan teknologi layanan yang lebih unggul.

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang yang sudah dijelaskan penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai :

1. Untuk mengetahui gambaran *Entrepreneurial competence* , *Business network*, Untuk Meningkatkan *Competitive advantage* pada UMKM Kue Kering yang ada di Kota Sukabumi.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Entrepreneurial competence* Untuk Meningkatkan *Competitive advantage* pada UMKM Kue Kering di Kota Sukabumi.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Business Network* Untuk Meningkatkan *Competitive advantage* pada UMKM Kue Kering di Kota Sukabumi.

Tabel 2. Ringkasan Penelitian Terdahulu

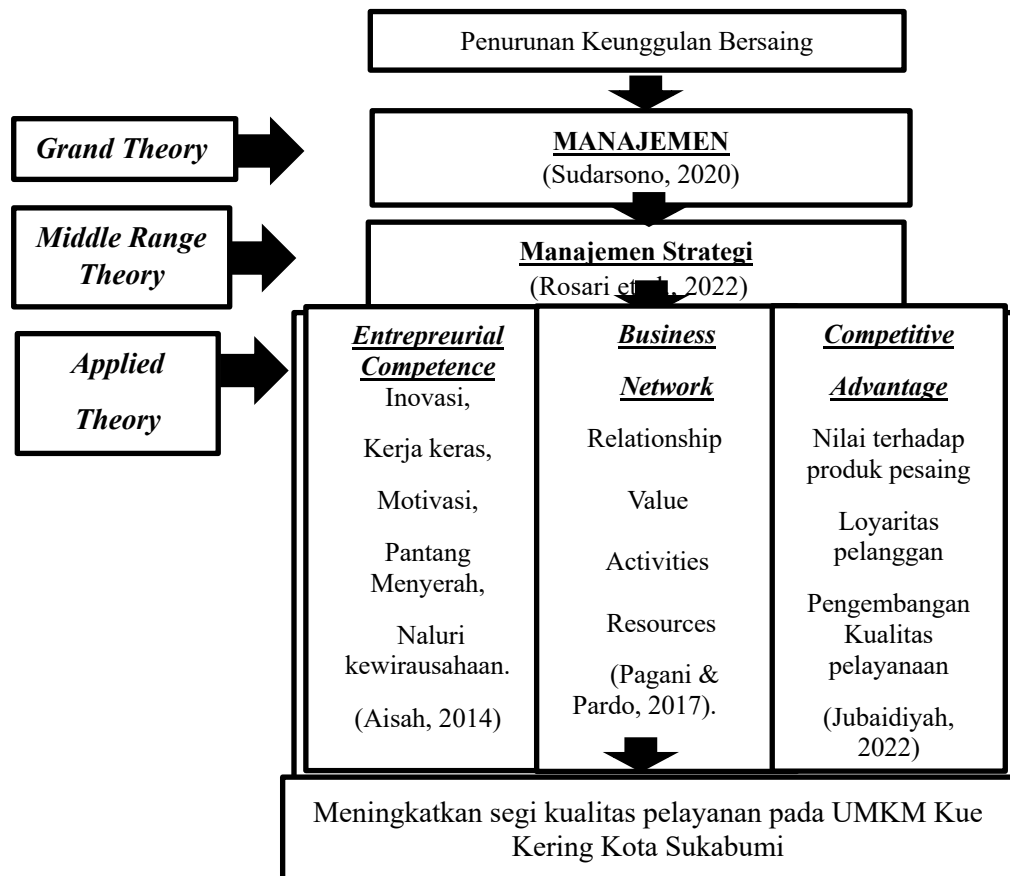
No	Author Tahun	Judul Penelitian	Hasil	Perbedaan	
				Terdahulu	Sekarang
1	(Kurniawan & Yun, 2018)	Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Dan Kelanggengan Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing	Hasil Penelitian Menunjukkan Kompetensi Kewirausahaan Dan Kelanggengan Usaha Memberikan Pengaruh Positif Terhadap Bersaing Penelitian. Kecil Dapat Kompetensi Pengalaman	Penelitian Bahwa Kewirausahaan Usaha Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Dan Kelanggengan Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing	Ini Tentang Pengaruh Kompetensi Dan Business Network Terhadap Keunggulan Bersaing.

			Untuk Dapat Mendapatkan Kompetensi Dan Pengalaman Usaha Mereka Untuk Dapat Mendapatkan Keunggulan Bersaing.				
2	(Trihudo, 2019)	Pengembangan Kompetensi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing UMKM (Studi Empirik Pada UMKM Pande Besi Di Wonosobo)	Hasil Penelitian Menunjukkan Kompetensi Kewirausahaan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keunggulan Bersaing Jaringan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keunggulan Bersaing Tekanan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kreativitas Inovasi Jaringan Bisnis Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing.	Penelitian Bahwa Positif Dan Terhadap Bisnis Dan Terhadap Bersaing. Kompetisi Dan Terhadap Jaringan Pengaruh Keunggulan Bersaing.	Penelitian Menggunakan Metode Penelitian Sem.	Peneliti Melakukan Penelitian Dengan Menggunakan Metode Penelitian Regresi.	
3	(Febriatmoko, 2014)	Meningkatkan Kinerja Bisnis Melalui Keunggulan Bersaing Kuliner Khas Semarang (Studi Pada Sentra Usaha Mikro Lumpia, Bandeng Presto Dan Wingko di Kota Semarang)	Hasil Penelitian Menunjukkan Pengaruh Kewirausahaan Kinerja Terhadap Pasar Bersaing Terhadap Adapun yang Ditolak Adalah Pengaruh Antara Wirausaha Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis.	Penelitian Bahwa Orientasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Terhadap Kinerja.	Penelitian Ini Terfokus Pada UMKM Lumpia, Bandeng Presto Dan Wingko Semarang.	Penelitian Ini Melakukan Penelitian Berfokus Pada UMKM Kue Kering Kota Sukabumi.	
4	(Irna Setiawati & A,	Kompetensi Kewirausahaan Para	Hasil Penelitian Menunjukkan Ini Berpengaruh	Penelitian Bahwa Berpengaruh	Penelitian Ini Menggunakan Pengambilan	Penelitian Ini Menggunakan Pengambilan	

Isnaeni , 2021)	Knittingentrepreneur terhadap kinerja Bisnis(Kasus Pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung)	Signifikan Terhadap Kinerja Usaha Finansial Dengan Besaran Berpengaruh Kompetensi Kewirausahaan Juga Berpengaruh Signifikan Terhadap Kinerja Usaha Non-Finansial Dengan Besaran Kontribusinya.	Sampling Dengan Jenis <i>Simple Random Sampling</i> .	Sampling Jenis Jenuh Sampling.
-----------------	--	--	---	--------------------------------

Sumber : Diolah Peneliti, 2024

Kerangka Pikir



Sumber : Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan kerangka pikir dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi diferensiasi dan inovasi produk untuk meningkatkan keunggulan bersaing pada pelaku UMKM martabak kota Sukabumi

Hipotesis 1 : Terdapat pengaruh *Entrepreneurial Competence* terhadap *Competitive Advantage* .

- Hipotesis 2 : Tidak terdapat pengaruh *Entrepreneurial Competence* terhadap *Competitive Advantage*.
- Hipotesis 3 : Terdapat pengaruh *Business Network* terhadap *Competitive Advantage*
- Hipotesis 4 : Tidak terdapat pengaruh *Business Network* terhadap *Competitive Advantage*

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif, asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif menurut (Hardani, 2020) merupakan penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai suatu sifat-sifat populasi. Menurut (Priyono, 2020) Penghitungan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus tertentu. Pemilihan rumus yang akan digunakan, kemudian disesuaikan dengan jenis penelitian dan sifat populasi.

Penelitian asosiatif merupakan alat digunakan metode yang datanya berbentuk angket atau bilangan yang dapat diolah dan dianalisis dengan menggunakan perhitungan matematika atau statistik. Sedangkan penelitian asosiatif adalah alat untuk meneliti pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih yang dapat membangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala yang membuat penelitian asosiatif mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan deskriptif dan komparatif (Rusni, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

No	Pertanyaan	r Hitung	r Krisis	Keterangan
<i>Entrepreneurial Competence</i>				
X1.1	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam menciptakan kreativitas pada produk.	0.563	0.3	Valid
X1.2	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering melakukan nilai tambah pada produk baru.	0.650	0.3	Valid
X1.3	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering menciptakan ide – ide baru dalam produk .	0.728	0,3	Valid
X1.4	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering meningkatkan kualitas pelayanan yang sangat baik.	0.529	0.3	Valid

X1.5	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam mengatur pengelolaan kinerja usaha.	0.730	0.3	Valid
X1.6	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering untuk mencapai keberhasilan suatu usaha.	0.622	0.3	Valid
X1.7	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam menjaga prestasi kerja selalu memberikan yang terbaik.	0.708	0.3	Valid
X1.8	Tingkat Kemampuan UMKM kering dalam peluang untuk kemajuan terhadap usaha.	0.651	0.3	Valid
X1.9	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam menjalankan tanggung jawab harus memiliki komitmen pada diri sendiri.	0.689	0.3	Valid
X1.10	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam menciptakan percaya diri pada usaha.	0.673	0.3	Valid
X1.11	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam menghadapi kendala usaha harus segera diselesaikan karna akan berpengaruh hambatnya pada usaha.	0.624	0.3	Valid
X1.12	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam menciptakan strategi pengembangan produk.	0.693	0.3	Valid
X1.13	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam memberikan kepuasan terhadap konsumen.	0.827	0.3	Valid
X1.14	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam menumbuhkan sikap kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha.	0.500	0.3	Valid
X1.15	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam menciptakan kinerja yang sangat baik pada pembuatan produk.	0.620	0.3	Valid
<i>Business Network</i>				
X2.1	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering pentingnya komunikasi untuk meningkatkan pelayanan dalam menanyakan opini dan saran dari konsumen.	0.617	0.3	Valid
X1.2	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam kesedian konsumen untuk memiliki rasa keyakinan terhadap suatu perusahaan.	0.654	0.3	Valid
X2.3	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam menyediakan layanan yang terbaik untuk mewujudkan dan mempertahankan hubungan dengan konsumen dalam jangka panjang.	0.820	0.3	Valid

X2.4	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam memberikan visual kemasan yang unik	0.624	0.3	Valid
X2.5	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam mengembangkan untuk meningkatkan performa kerja terhadap ide – ide baru.	0.725	0.3	Valid
X2.6	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam menciptakan kepuasan pelanggan dalam memenuhi harapan konsumen.	0.820	0.3	Valid
X2.7	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam menciptakan proses melalui aktivitas bisa diperbaiki untuk penurunan biaya dan meningkatkan nilai bagi pelanggan.	0.559	0.3	Valid
X2.8	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam memberikan sebuah pelayanan yang terbaik.	0.637	0.3	Valid
X2.9	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam merancang strategi pemasaran produk untuk layanan yang memuaskan.	0.665	0.3	Valid
X2.10	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering memberikan nilai pada produk atau layanan yang pada produktivitas usaha	0.652	0.3	Valid
X2.11	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam melindungi hak penggunaan merek tidak bisa digunakan kembali oleh pesaing	0.687	0.3	Valid
X2.12	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam memenuhi sumber daya keuangan yang tepat pada aspek bisnis terhadap pengembangan produk dalam pemasaran.	0.612	0.3	Valid
<i>Competitive Advantage</i>				
Y1	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dari bahan – bahan yang digunakan dalam pembuatan produk (bahan dasar yang digunakan beragam)	0.654	0.3	Valid
Y2	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam menawarkan produk baru untuk menawarkan produk baru untuk menarik pelanggan.	0.743	0.3	Valid
Y3	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam mempertahankan ciri khas merek pada produk dapat membangun kepercayaan pelanggan.	0.762	0.3	Valid
Y4	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering meningkatkan kualitas produk agar menarik minat konsumen dari pada pesaing.	0.573	0.3	Valid
Y5	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering memberikan layanan pelanggan yang sangat baik sebagai prioritas.	0.687	0.3	Valid

Y6	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam memberikan layanan untuk kepuasan dan loyalitas pelanggan.	0.606	0.3	Valid
Y7	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam menentukan strategi berusaha untuk mencapai keunggulan bersaing dalam segmen pasarnya.	0.765	0.3	Valid
Y8	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering meningkatkan produktivitas yang lebih baik lagi agar mengurangi gangguan pekerjaan ulang dalam proses produksi.	0.696	0.3	Valid
Y9	Tingkat Kemampuan UMKM kue kering dalam membentuk produk baru bergantung pada kualitas bahan baku, potensi produk, dan kemampuan untuk mengembangkan kesadaran merek yang kuat.	0.777	0.3	Valid

Sumber : Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat dihasilkan bahwa seluruh kuesioner yang disebar dapat dinyatakan valid hal tersebut dapat dilihat bahwa seluruh r hitung melebihi r kritis.

Uji Reliabilitas

Menurut (Arikunto, 2017) reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner, maka alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau diterima. Pengujian reliabilitas dapat mengacu pada nilai Alpha Cronbach, dimana suatu konstruk atau variabel dinyatakan *reliable* apabila memiliki Alpha Cronbach > 0,7.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	R Hitung	R Krisis	Keterangan
1	Entrepreneurial Competence	0.906	0.7	Reliabel
2	Business Network	0.891	0.7	Reliabel
3	Competence Avantage	0.866	0.7	Reliabel

Sumber : diolah penulis, 2024

Berdasarkan tabel hasil reliabilitas maka didapatkan hasil, bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel, hal tersebut dapat dilihat bahwa nilai Alpha Cronbach melebihi nilai 0,7.

Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan cara pengujian yang harus dipenuhi dalam analisis parametrik. Normalitas data merupakan hal yang penting karena dengan data yang terdistribusi normal maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi. Jika nilai

probabilitasnya lebih besar dari tingkat kepercayaan 0.50 atau 5% maka model dinyatakan normal (Purnomo & Si, 2016).

**Tabel 5. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.35336376
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.072
	Negative	-.073
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : Hasil Pengelolaan Data Melalui SPSS, 2024

Berdasarkan Tabel 5 tersebut dapat diperoleh hasil yang dapat dijelaskan bahwa, hasil uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* dalam penelitian ini menunjukkan angka 0,200 atau 0,2, nilai tersebut lebih besar dari nilai 0,05 residual. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu *Entrepreneurial Competence* dan *Business Network* terhadap variabel dependen yaitu *Competitive Advantage* berdistribusi normal dan baik untuk dilanjutkan dengan penelitian.

Uji Korelasi Ganda

Tabel 6. Koefisien Korelasi Ganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df 1	df2	Sig. F Change
1	.867 ^a	.752	.742	2.41015	.752	71.440	2	47	.000

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024

Berdasarkan Tabel 6 hasil korelasi di atas maka dapat diartikan bahwa, hubungan antara *entrepreneurial competence* dan *business network* terhadap keunggulan bersaing terdapat suatu hubungan sebesar 0,867. Sedangkan sebuah kontribusi secara simultan variabel *entrepreneurial competence* dan *business network* yaitu sebesar 75,2%.

Penelitian ini menggunakan pengujian korelasi berganda (*multiple correlation*) digunakan untuk menghitung kecenderungan hubungan antara satu variabel independen dengan dua atau lebih variabel dependen. Tingkat hubungan

antara variabel tergantung dengan beberapa variabel bebas dinyatakan dalam koefisien korelasi ganda dengan simbol R (Budiwanto, 2017).

Uji Determinasi

Tabel 7. Hasil Koefisien Determinasi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.681	2.780		.605	.548
	Entrepreneurial competence	.145	.052	.253	2.790	.008
	Business network	.554	.072	.698	7.696	.000

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024

Berdasarkan Tabel 7 di atas dapat diketahui nilai R. Square (koefisien determinasi) atau nilai dari *entrepreneurial competence* dan *business network* sebesar 0,751689 yang bila dibulatkan menjadi 0,752 yang artinya memiliki pengaruh sebesar 75,2%. Maka pengaruh dari variabel *entrepreneurial competence* terhadap *competitive advantage* sebesar 75,2%. Sedangkan sisanya 24,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ini dapat disimpulkan bahwa Kd mendekati angka atau nilai 1 yang dapat diartikan adanya pengaruh kuat dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df 1	df2	Sig. F Change
1	.867 ^a	.752	.742	2.41015	.752	71.440	2	47	.000

Sumber : Hasil Pengelolaan Data Kuesioner, 2024

Berdasarkan tabel 8 di atas didapati hasil sebagai berikut :

1. Nilai a sebesar 1,681 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel *competitive advantage* belum dipengaruhi oleh variabel lainnya, yaitu variabel *entrepreneurial competence* (X1) dan *business network* (X2) . Jika variabel independen tidak ada maka variabel dependen atau variabel *competitive advantage* tidak mengalami perubahan nilai.
2. Nilai b1 (nilai koefisien regresi X1) sebesar 0,145 Menunjukkan bahwa variabel *entrepreneurial competence* mempunyai pengaruh yang positif terhadap

competitive advantage yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel *entrepreneurial competence* maka akan mempengaruhi *competitive advantage* sebesar 0,145, dengan asumsi variabel lain tetap dalam penilaian ini.

3. Nilai b2 (nilai koefisien regresi X2) sebesar 0,554. Menunjukkan bahwa variabel *business network* mempunyai pengaruh yang positif terhadap *competitive advantage* yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel *business network* maka akan mempengaruhi *competitive advantage* sebesar 0,554, dengan asumsi variabel lain tetap dalam penelitian ini.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 9. Hasil Uji Simultan ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	867.440	2	433.720	86.545	.000 ^b
	Residual	235.540	47	5.011		
	Total	1102.980	49			

Sumber : Hasil Pengelolaan Data Kuesioner, 2024

Berdasarkan hasil Tabel 9 di atas dapat dilihat nilai F hitung 86,545 > F tabel sebesar 3,20 dapat diketahui bahwa hipotesis ini dapat diterima dan dinyatakan layak untuk menjelaskan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen atau adanya pengaruh variabel *Entrepreneurial Competence* dan *Business Network terhadap Competitive Advantage* yang dianalisis karena F hitung > F tabel.

Uji Hipotesis Secara Parsial (T)

Tabel 10. Hasil Uji Parsial (Uji-T) Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.681	2.780		.605	.548
	Entrepreneurial competence	.145	.052	.253	2.790	.008
	Business network	.554	.072	.698	7.696	.000

Sumber : Hasil Pengelolaan Data Kuesioner, 2024

Berdasarkan hasil Tabel 10, analisis tabel coefficients dapat diketahui pengaruh variabel independen *business network* terhadap variabel dependen yaitu *competitive advantage* adalah sebagai berikut :

1. Dari data tabel perhitungan diatas didapatkan hasil t hitung variabel *Entrepreneurial Competence* (X1) terhadap *Competitive Advantage* (Y) sebesar

2,790. Taraf kesalahan 5% atau 0,05 dan $dk = (n-2) dk = 50 - 2 = 48$. Nilai t hitung tersebut dibandingkan dengan nilai t tabel yang dapat diperoleh dari t tabel dari ketentuan tersebut diperoleh angka t tabel sebesar 2,010.

Berdasarkan dari hasil tabel di atas dapat dilihat bahwa t hitung lebih besar dari pada t tabel dimana nilai t hitung $2,790 > t$ tabel 2,010 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara *Entrepreneurial Competence* (X1) terhadap *Competitive Advantage* (Y).

2. Dari data tabel perhitungan di atas diperoleh hasil t hitung variabel *Business Network* (X2) terhadap *Competitive Advantage* (Y) sebesar 7,696. Taraf kesalahan 5% atau 0,05 dan $dk = (n-2) dk = 50 - 2 = 48$. Nilai t hitung tersebut dibandingkan dengan nilai t tabel yang dapat diperoleh dari t tabel dari ketentuan tersebut diperoleh angka t tabel sebesar 2,010.

Berdasarkan dari hasil tabel di atas bahwa t hitung lebih besar dari pada t tabel dimana nilai t hitung $7,696 > t$ tabel 2,010 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara *Business Network* (X2) terhadap *Competitive Advantage* (Y).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian, pembahasan dan teknik analisis data yang dilakukan oleh peneliti mengenai *Entrepreneurial Competence* dan *Business Network* untuk meningkatkan *Business Network* UMKM Kue Kering di Kota Sukabumi, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Didapat hasil data kuesioner mengenai *Entrepreneurial Competence* dan *Business Network* untuk meningkatkan *Business Network* UMKM Kue Kering di Kota Sukabumi rata-rata penilaian responden terhadap variabel yang sedang diteliti yaitu pada kategori tinggi atau setuju. Hasil ini memperlihatkan bahwa *Entrepreneurial Competence* dan *Business Network* untuk meningkatkan *Business Network* UMKM Kue Kering di Kota Sukabumi dapat diterima dengan baik dan positif oleh responden.
2. Dari hasil pengujian didapat hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *Entrepreneurial Competence* terhadap *Competitive Advantage* yaitu dapat dilihat dari hasil t hitung lebih besar dari pada t tabel ($2,790 > 2,010$).
3. Terdapat pengaruh antara variabel *Business Network* terhadap *Competitive Advantage* secara positif dan Signifikan, hal tersebut dapat di lihat dari hasil nilai sig yaitu 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisah, S. (2014). *Kompetensi Kewirausahaan Kepala Sekolah Smkn 2 Cikarang Barat* (S. Aisah (Ed.); Siti Aisah). Penerbit : Fitk Uin Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Arikunto. (2017). Uji Validitas Pengembangan Tes Untuk Mengukur Kemampuan Pemahaman Relasional Pada Materi Persamaan Kuadrat Siswa Kelas Viii Smp.

Jurnal Penelitian Pembelajaran Matematika Sekolah, 1(1), 63–65.

Budiwanto, S. (2017). Metode Statistika: Untuk Mengolah Data Keolahragaan. *Jurnal Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Malang* 2017, 1–233.

Danial, R. D. M. (2017). Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Kecil Dan Menengah (Umkh). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7(1), 13.

Dr.H.Saban, D. M. (2019). *Business Ethics And Entrepreneurship* (Windi Iman). Penerbit : Deepublish. www.Penerbitdeepublish.Com

Febriatmoko, B. (2014). Meningkatkan Kinerja Bisnis Melalui Keunggulan Bersaing Kuliner Khas Semarang (Studi Pada Sentra Usaha Mikro Lumpia, Bandeng Presto Dan Wingko Di Kota Semarang). *Jurnal Business, Accounting, And Management*, (2), 1–27.

Hardani. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Penerbit : Cv Pustaka Ilmu Group.

Irawan, D. (2020). Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Jaringan Usaha. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2), 103–116.

Irna Setiawati, C. And, & A, Isnaeni, S. (2021). Kompetensi Kewirausahaan Para Knitting Entrepreneur Terhadap Kinerja Bisnis (Kasus Pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 25–40.

Jubaidiyah, R. (2022). Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Lazis Muhammadiyah Surabaya. *Journal Of Islamic Management*, 2(2), 131–149.

Kurniawan, A., & Yun, Y. (2018). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Dan Kelanggengan Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 65.

Musfah, J. (2017). Manajemen Lingkungan Strategik Dalam Organisasi Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 11(01), 71–84.

Pagani, M., & Pardo, C. (2017). The Impact Of Digital Technology On Relationships In A Business Network. *Jurnal Industrial Marketing Management*, (67), 185–192.

Priyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kuliitatif* (A. Husnu Abadi, A.Md. (Ed.)). Penerbit : Cv. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta

Purnomo, R. A., & Si. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan Spss*. Penerbit Wade Group.

Rachmwati, A. R. (2020). *Persaingan Kian Sengit, Umkm Harus Kreatif Susun Strategi Bisnis, Widi : Keganasannya Bukan Isapan Jempol Belaka*.

Rahmasari, L. (2019). Analisis Pengaruh Supply Chain Integration, Teknologi Informasi Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Perusahaan Freight Forwading. *Jurnal Ilmiah Aset*, 21(1), 33–38.

Rosari, R., Cakranegara, P. A., Pratiwi, R., Kamal, I., & Sari, C. I. (2022). Strategi

Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Pengelolaan Keuangan Bumdes Di Era Digitalisasi. *Jurnal Akuntansi*, 6(3), 3040–3049.

Rusni, K. & A. (2021). Pengaruh Lokasi Dan Sales Promotion Terhadap Impulsive Buying Pada Konsumen Alfamart Batu Alang Kecamatan Moyo Hulu Sumbawa. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 1–8.

Setiawati, F. (2020). Manajemen Strategi Untuk Meningkatkan Kualitas Pendidikan. *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan*, 30(1), 57–66.

Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.

Trihudyatmanto, M. (2019). Pengembangan Kompetensi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Umkm (Studi Empirik Pada Umkm Pande Besi Di Wonosobo). *Journal Of Economic, Management, Accounting And Technology*, 2(1), 22–32.