StrategiC
Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis

Pengaruh *Sosial Entrepreneur* Terhadap Daya Saing Di Sentra UMKM Rajut Binong Jati Kota Bandung

[1]R. Ramadhan, H. Mulyadi & Sulastri
Rikiramadhan1101@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the description of social entrepreneurs and competitiveness. The design of this study was cross sectional using a descriptive approach and verification through quantitative methods. The unit of analysis is the entrepreneur of the MSME center Knitting Binong Jati, Bandung City, with 159 respondents. Questionnaires were used as research instruments to collect data from respondents. Based on the results of the study, the description of social entrepreneurs on the competitiveness of the survey at the SME center of Knitting Binong Jati, Bandung City was in the good category.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran social entrepreneur dan daya saing. Desain penelitian ini adalah cross sectional dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan verifikatif melalui metode kuantitatif. Unit analisisnya pengusaha sentra UMKM Rajut Binong Jati Kota Bandung sebanyak 159 responden. Kuesioner digunakan sebagai instrumen penelitian untuk mengumpulkan data dari responden. Berdasarkan hasil penelitian bahwa gambaran social entrepreneur terhadap daya saing survei pada sentra UMKM Rajut Binong Jati Kota Bandung berada pada kategori baik.

ARTICLE INFO:

Article history:
Received 05 January 2022
Revised 15 February 2022

Accepted 1 May 2022

Available online 30 May 2022

Keywords:
Entrepreneurship, Social entrepreneur, Business Competitiveness.

PENDAHULUAN

Persaingan merupakan inti dari sebuah usaha yang diyakini memiliki dua sisi, yaitu sisi kesuksesan yang bersifat memotivasi dan sisi kegagalan bersifat statis (Porter, 1995). Daya saing sendiri merupakan bagian dari konsep *strategic entrepreneurship* yang mengukur prospek sebuah usaha berdasarkan fungsi dan indicator yang memiliki berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha merujuk kepada komitmen terhadap persaingan pasar (Utama, S, & Sutarni, 2016).

Daya saing masih menjadi perhatian utama dalam penelitian di bidang *entrepreneurship* atau kewirausahaan, karena daya saing yang rendah tersebut dapat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan atau UMKM dalam mempertahankan pangsa pasar (Sudaryanto, 2011). Penelitian mengenai kinerja telah banyak dilakukan diantaranya adalah: Arifin & Wibowo (2015); Fitriati (2015); Andreastka (2016); Utami et.al (2016); Matondang & Meliala (2016); Sandita & Ghina (2017); Kurniawan & Puryono (2017); Waworunto (2017); Suharja et.al (2017) Mawardi & Beselly (2017); Siswanto & Ernawati (2018); Askandar & Munifatik (2018); Rozalini (2018); Rosyidi & Sari (2018); Ainy & Winarno (2019); Utama (2019) Akhmad, Purnomo & Winarti (2019); Firmansyah & Kurdi (2020); Syamsul &

Mulyani (2020); Waluyo & Elitan (2020); Kartono & Hidayat (2020); Maesaroh (2020). Setiap penelitian tersebut memiliki kesamaan yang mana menjelaskan bahwa daya saing merupakan apek yang sangat penting untuk di perhatikan dan ditingkatkan demi keberlangsungan suatu usaha.

Permasalahan daya saing terjadi pada berbagai industri, baik industri manufaktur atau industri jasa (Mahmood & Ur Rehman, 2016). Sentra UMKM Rajut Binong Jati Bandung merupakan salah satu dari Industri yang mengalami permasalahan daya saing. Hal ini disebabkan karena sering mengalami penurunan daya saing dalam beberapa tahun terakhir.

Mengingat permasalahan daya saing sangat penting untuk perusahaan, maka masalah tersebut dapat diatasi dengan pendekatan *strategic entrepreneurship* yang didalamnya menurut teori (R. Duane Ireland, 2003) terdapat tujuh level yaitu: *1) Entrepreneurial Minset, 2) Entrepreneurial Culture 3) Entrepreneurial Leadership, 4) Managing Resources Strategically, 5) Applying Creativity and Developing Innovation, 6) Competitive Advantage, 7) Wealth Creation*.

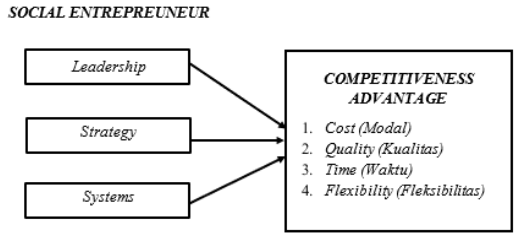
Terdapat beberapa penelitian tentang faktor yang mempengaruhi daya saing diantaranya ialah memilih strategi yang tepat sebagai penyelesaiannya, lingkungan eksternal dan internal (David Crick Godwin E. Kaganda Harry Matlay, 2011); social entrepreuner (Robert D. Hisrich, 2016; William D. Bygrave, 2011, Irellan dkk, 2003) pelatihan dan pengembangan bisnis (Ronaldo Bangun, 2011); peluang usaha (Rainer Feurer Kazem Chaharbaghi, 1994), kreativitas dan inovasi (Cliff Bowman dan Vennique Ambrosini, 2007; Christian Lauterman, 2013; Maria Vicenza, Orlando, dan Troisi, 2013), asset dan proses (Rajesh K. Singh Suresh K. Garg S.G. Deshmukh, 2008), serta melalui pemanfaatan e-commerce (Aleksandar Karaev S.C. Lenny Koh Leslie T. Szamosi, 2007; Tulus T. H. Tambunan, 2011; Suhail Sami Sultan, 2014).

Berdasarkan faktor-faktor tersebut, yang dilakukan maka diambil beberapa solusi untuk meningkatkan daya saing yaitu dengan *social entrepreneur*. Menurut Gaertner (2021) menyebutkan terdapat 24 faktor keuntungan sebuah perusahaan menerapkan *social entrepreneur* dalam proses usaha, salah satunya adalah peningkatan daya saing. Dengan maraknya para *social entrepreneur* sudah tentu diharapkan dapat terjadinya peningkatan inovasi social serta ekspetasi konsumen dapat terpenuhi sehingga terciptanya peningkatan pendapatan suatu usaha, (Elson dan Hall, 2012, Bill Drayton, 2018, Mauksch, 2012).

Social entrepreneur merupakan salah satu solusi dari peningkatan daya saing suatu usaha, *social entrepreneur* merupakan salah satu Dees, (2001) bahwa "social entrepreunership adopting a mission to create and sustain social value". Seorang *social entrepreneur* mereka akan bekerja dengan cara kewirausahaan namun tujuan utamanya adalah kepentingan public dan social tidak hanya untuk menghasilkan uang (Ashton R. 2011). Menjadi Seorang *social entrepreneur* merupakan agen perubahan yang revolusioner bagi masyarakat dan lingkungan mereka selalu mencari kesempatan, berusaha membenahi system, menciptakan dan menemukan solusi terbaik yang berkelanjutan (Dees, 2001). Selain itu menurut Hulgard (2010) dalam (Widiastuti & Margaretha, 2011) terdapat empat komponen seorang *entrepreneur* menjalankan *social entrepreneurship* dalam kegiatan usahanya yakni *social value* (nilai social), *civil society* (lingkungan masyarakat), *innovation* (inovasi), *and economic activity* (kegiatan ekonomi). Hal itu akan sejalan dengan apa yang dikemukakan Bill Drayton (dalam Gamal, 2000) "*Social entrepreneurs*

are not content just to give a fish or teach how to fish. They will not rest until they have revolutionized the fishing industry". Para *social entrepreneur* tidak hanya melakukan social charity dalam menyelesaikan permasalahan dimasyarakat, tetapi lebih dari itu akan membuat perubahan besar guna penyelesaian masalah social serta pertumbuhan usahanya.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut; 1). Bagaimana gambaran tingkat *social entrepreneur* pada Sentra UMKM Rajut Binong Jati Bandung, 2) Bagaimana gambaran tingkat daya saing pada Sentra UMKM Rajut Binong Jati Bandung, 3) Apakah *social entrepreneur* berpengaruh terhadap daya saing pada Sentra UMKM Rajut Binong Jati Bandung. Berdasarkan penjelasan mengenai kondisi *social entrepreneur* terhadap daya saing. Maka, disusun sebuah paradigma penelitian, secara jelas digambarkan dalam gambar 1 sebagai berikut..



Gambar 1. Paradigma Penelitian

KAJIAN PUSTAKA

Menurut Djordjevic, (2013) strategic *entrepreneur*ship merupakan suatu tindakan perspektif strategis dalam proses kewirausahaan melibatkan pencarian peluang secara simultan dan perilaku mencari keunggulan kompetitif untuk menciptakan kinerja, tindakan ini dapat dilakukan oleh individu atau perusahaan. Konsep strategic *entrepreneur*ship ini merupakan sebuah gabungan dua konsep yaitu strategic management dan *entrepreneur*ship (Kraus dkk., 2011). Menurut Ireland dalam (Kraus dkk., 2011) strategic *entrepreneur*ship adalah sebuah konsep baru yang dapat menguji keterkaitan antara kemanfaatan peluang dalam kewirausahaan dan manajemen strategis dalam memperkuat keunggulan bersaing. Lebih jelas menurut Hitt dkk. (2003) (dalam Kraus dkk., 2011) menyatakan bahwa strategic *entrepreneur*ship meliputi pengambilan keputusan dalam kewirausahaan dengan mempergunakan orientasi manajemen strategis. Dimensi strategic *entrepreneur*ship terdiri dari *entrepreneur*ship culture atau dalam bahasa Indonesia dikenal dengan budaya kewirausahaan dan applying creativity atau penerapan kreatifitas, kedua dimensi tersebut pada akhirnya dapat membentuk kemampuan mengelola sumber daya yang strategik sehingga mencapai keunggulan bersaing (Ireland, dkk., 2003). Secara garis besar strategic *entrepreneur*ship behubungan erat dengan konsep *entrepreneur*ship, yang mana dalam membangun suatu usaha peran strategic *entrepreneur*ship sangat kental dan berpengaruh (Kraus dkk., 2011).

*Entrepreneur*ship merupakan suatu proses kegiatan kreatif dalam menciptakan sesuatu yang memiliki nilai lebih tinggi serta selalu mengoptimalkan seluruh daya ataupun upaya yang dapat dilakukan. Seperti mencurahkan waktu, dana psikologis dan penerimaan penghargaan atau kepuasan seseorang (Robert D. Hisrich, 2016). Menurut Schumpeter, (1934) menyebutkan bahwa *entrepreneur*ship yaitu kegiatan seseorang dalam memperkenalkan produk dan layanan baru, metode produksi produk yang baru serta cara memanfaatkan bahan mentah yang baik *entrepreneur* sendiri memiliki arti yang cukup luas, karena menyebutkan seseorang atau orang yang mampu menangkap berbagai peluang usaha, selanjutnya peluang usaha tersebut dijadikan sebagai lahan bisnis dengan mencurahkan segenap waktunya untuk menciptakan peluang bisnis (Alfianto, 2012). Hal itu sejalan dengan pendapat Jean Baptise

seorang ahli ekonom prancis bahwa *entrepreneur* adalah orang yang memiliki seni dan keterampilan tertentu dalam menciptakan usaha ekonomi yang baru (Helmi. S., 2008).

Social entrepreneur

Social entrepreneurship menurut Nicholls, (2006) sebagai perbaduan diantara manajemen nirlaba dan kewirausahaan komersial, yang digerakan oleh paradigma dan inovasi dari bisnis, kegiatan amal, dan gerakan sosial". *Social entrepreneurship* berkaitan erat dengan pembangunan masyarakat luas dan komunitas bersama untuk kegiatan sosial (Chan dkk., 2009)

Gregory dalam (wibowo, 2008) menyebutkan bahwa social entrepreuner adalah misi social sebagai gerakan yang didorong oleh semangat menolong orang lain, agar menjadikan dunia lebih baik. Entrepreuner social memiliki perbedaan dari entrepreuneur bisnis yaitu dari menempatkan dalam memberikan manfaat bagi orang banyak sebagai tujuan utama bukan implikasi/dampakLingkungan sedangkan

Social entrepreneur adalah seseorang yang mengerti permasalahan sosial dan menggunakan kemampuan *entrepreneur*ship untuk melakukan perubahan sosial, terutama meliputi bidang kesejahteraan, pendidikan dan kesehatan (Cukier, 2011). Menurut bill Drayton, (2018) Social entrepreuneur adalah seseorang yang menerapkan gagasan inovasi sosial yang mampu mengubah sistem yang telah ada dimasyarakat.

Social entrepreneur terdiri dari 4 dimensi yaitu : (1) *leadership,* (2) *strategy*, (3) *structures,* (4) *systems.* Austin dkk, (dalam Nicholls, 2006)

Daya Daing

Daya saing adalah kemampuan perusahaan untuk dapat bersaing dengan perusahaan pesaingnya. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus memiliki strategi bersaing dan keunggulan bersaing yang harus difokuskan pada proses yang dinamis (Cravens, 1996). Menurut martin (1998) Daya saing adalah kemampuan yang berkelanjutan untuk memperoleh keuntungan dan mempertahankan pasar. Sedangkan Rangkuti, (2003) menyebutkan bahwa daya saing merupakan kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh institusi agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. (rangkuti, 2003). Siudek & Zawojska (2014) menyebutkan bahwa terdapat tiga klasifikasi yang berkaitan dengan daya saing. tiga pembagian teori tersebut terbagi dalam rentang mulai dari pendekatan klasik, neo-klasik dan kontemporer.

Porter dalam Wheelen dan Hunger (2012) mengatakan: *"competition is at the core of the success or failure of firms".* Persaingan adalah inti dari kesuksesan atau kegagalan perusahaan, Selain itu daya saing memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan produklivitas suatu perusahaan dan dapat memperluas akses kepasar. Sehingga terjadi peningkatan omzet penjualan dan profilabilitas perusahaan. Perusahaan yang tidak memperhatikan dan tidak memiliki daya saing akan dengan sendirinya ditinggalkan oleh pasar, karena tidak memiliki keunggulan untuk bertahan di dalam pasar yang terus berubah dalam persaingan jangka Panjang Daya saing terdiri dari 4 dimensi, yaitu: (1) Cost/biaya (2) Quality/kualitas, (3)Delivery/waktu penyajian, (4) Flexibility/Fleksibilitas. Ward et all (dalam Muhardi, 2007)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh social entrepreneur terhadap daya saing. Variabel bebas yang terdapat dalam penelitian ini adalah social entrepreneur, dengan dimensi leadership, strategy, systems. Sedangkan variabel terikat yaitu daya saing dengan dimensi cost, quality, delivery, flexibility.

Objek / unit analisis pada penelitian ini yaitu pengusaha atau owner Sentra UMKM Rajut Binong jati Bandung. Penelitian ini dilakukan dengan kurun waktu kurang dari satu tahun. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability sampling* dengan mengambil sampel sebanyak 159 orang dari total 264 populasi. Sumber data yang digunakan terdiri dari data primer berasal dari tanggapan responden terhadap dimensi pada *social entrepreneur* dan daya saing pada pegawai Sentra UMKM Rajut Binong jati Bandung serta data sekunder dari beberapa literatur, artikel, jurnal, dan berbagai sumber informasi lainnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan dan studi lapangan. Analisis data eksplanatif menggunakan analisis jalur dengan bantuan *software* SPSS *(Statistical Product for Service Solution)* 25.0 *for windows*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Untuk mengukur seberapa besar pengaruh *social entrepreneur* terhadap daya saing pada sentra UMKM Rajut Binong Jati Bandung, serta untuk menguji bagaimana *social entrepreneur* terhadap daya saing pada sentra UMKM Rajut Binong Jati Bandung, maka dilakukan perhitungan dengan menggunakan path analysis dengan bantuan *software* SPSS *25.0 for windows.*

Uji normalitas merupakan syarat untuk model analisis jalur *(path analysis)*. Uji normalitas diuji dengan rumus Kolmogorov Smirnov yang dapat dilihat hasinya pada Tabel 1.

Tabel 1. Uji Normalitas *Social entrepreneur* terhadap Daya Saing

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Studentized Deleted Residual
N		159
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0019671
	Std. Deviation	1.01087675
Most Extreme Differences	Absolute	.045
	Positive	.045
	Negative	-.045
Test Statistic		.045
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

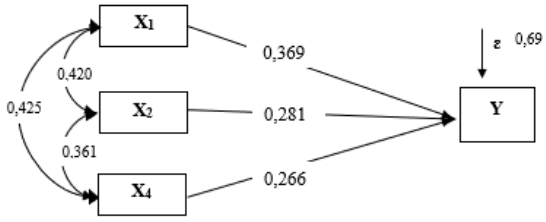
Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi uji normalitas data penelitian sebesar 0,200. Nilai ini > 0,05 sehingga data variabel penelitian dinyatakan mempunyai sebaran data yang berdistribusi normal sehingga data bisa digunakan untuk analisis jalur. Data yang telah berdistribusi normal akan diuji untuk mengetahui pengaruh lingkungan kerja sosial dan lingkungan kerja fisik terhadap kepuasan kerja sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Matriks Korelasi antara *Social entrepreneur* (X) terhadap Daya Saing (Y)

Variabel	X_1	X_2	X_4	Y
X_1	1	0,420	0,425	0,369
X_2	0,420	1	0,361	0,281
X_4	0,425	0,361	1	0,266
Y	0,369	0,281	0,266	1

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2022

Untuk memperoleh koefisien jalur, maka matriks invers korelasi dikaitkan dengan



korelasi antar variabel bebas (*Social entrepreneur*) dengan varibel terikat (Daya Saing) disajikan pada Gambar 2.

Gambar 2. Diagram Jalur Variabel *Social entrepreneur* terhadap Daya Saing

Keterangan:

X_1 = Leadership
X_2 = Strategy
Y = Systems
$\longrightarrow$ = Hubungan Kausalitas
$\longleftrightarrow$ = Hubungan Korelasional
Ɛ = Faktor Lain yang Mempengaruhi (Epsilon)

Besar kontribusi pengaruh *social entrepreneur* terhadap Daya saing dapat ditentukan dengan koefisien determinasi total yang dapat dilihat pada kolom R *square* sebagaimana tercantum dalam Tabel 3.

Tabel 3. Koefisien Determinasi Total X_1, X_2, X_3 terhadap Y

Model Summary[b]

Model	*R*	*R Square*	*Adjusted R Square*	*Std. Error of the Estimate*
1	.715[a]	.511	.498	4.501

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Koefisien determinasi total atau pengaruh dari variabel endogen secara keseluruhan sebesar 0,511 dan jika dipersentasekan sebesar 51%, artinya pengaruh *social entrepreneur* terhadap daya saing berada dalam kategori **sedang** (Sugiyono, 2016).

Untuk mengetahui hasil pengujian pengaruh langsung dan tidak langsung variabel X_1, X_2, X_3, terhadap Y berdasarkan koefisien jalur dan koefisien korelasi antar variabel X_1, X_2, X_3 terhadap Y dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung			Total Pengaruh Tidak langsung	Total
			X_1	X_2	X_4		
X_1	0,371	0,138	-	0,044	0,042	0,086	0,221
X_2	0,284	0,081	0,044	-	0,027	0,071	0,150
X_4	0,269	0,072	0,042	0,028	-	0,069	0,140
Total Pengaruh							**0,511**

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel 4. diatas dapat dilihat bahwa hasil uji pengaruh langsung leadership (X_1) dan strategy (X_2) systems (X_3) terhadap daya saing (Y) yang paling dominan adalah variable leadership (X_1) dengan perolehan nilai sebesar 0,371. Sedangkan variabel yang memiliki pengaruh langsung paling tidak dominan adalah systems (X_3) dengan perolehan nilai sebesar 0,269.

Hasil uji pengaruh tidak langsung (X_1) dan strategy (X_2) systems (X_3) terhadap daya saing (Y) yang paling dominan adalah variabel leadership (X1) melalui (X2) atau sebaliknya dengan perolehan nilai sebesar 0,044. Sedangkan variabel yang memiliki pengaruh tidak langsung paling tidak dominan adalah systems (X4) melalui strategy (X2) atau sebaliknya dengan perolehan nilai sebesai 0,028.

Pengujian pengaruh lingkungan kerja sosial dan lingkungan kerja fisik terhadap kepuasan kerja secara simultan yang diuji menggunakan SPSS 25.0 *For Windows.*

Tabel 5. Uji Hipotesis Simultan

ANOVA[a]

Model		*Sum of Squares*	*df*	*Mean Square*	*F*	*Sig.*
1	*Regression*	3257,891	3	1085,964	53,907	,000b
	Residual	3122,499	155	20,145		
	Total	6380,390	158			

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Adapun hasil uji hipotesis secara simultan secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis Simultan

Hipotesis Alternatif	F hitung	F tabel	Keputusan	Kesimpulan
X_1, X_2, X_3 berpengaruh positif terhadap Y	7,739	1,975	H_0 ditolak	Berpengaruh signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Tabel 6 menunjukkan bahwa pengujian untuk uji F yang diambil dari Anova dengan tingkat probabilitas (Sig) = 0,000 karena Sig > 0,05 maka hipotesis H_0 ditolak dapat diartikan, secara simultan atau keseluruhan terdapat pengaruh yang signifikan antara *social entrepreneur* terhadap daya saing pada sentra UMKM Rajut Binong Jati Bandung.

Hasil pengujian secara keseluruhan memberikan hasil yang signifikan, maka untuk mengetahui setiap variabel berpengaruh atau tidak terhadap kepuasan kerja dapat diuji secara parsial. Berikut ini dapat dilihat hasil pengujian secara parsial pada Tabel 7 dengan menggunakan SPSS 25.0 *for Windows.*

Tabel 7. Uji Hipotesis Parsial

Coefficients[a]

Model		*Unstandardized Coefficients* B	*Unstandardized Coefficients* Std. Error	*Standardized Coefficients* Beta	*t*	*Sig.*
1	(Constant)	27,185	3,513		7,739	,000
	Leadership	1,283	,227	,369	5,643	,000
	Strategy	1,128	,255	,281	4,424	,000
	Systems	1,088	,260	,266	4,177	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai probabilitas (Sig) variabel materi prorgram yang dibutuhkan < 0,05 yaitu 0,000 maka variabel *leadership* dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabeldaya saing . Nilai probabilitas (sig) variabel metode penyampaian materi < 0,05 yaitu 0,000 maka *strategy* dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel daya saing.

Nilai probabilitas (sig) variabel metode penyampaian materi < 0,05 yaitu 0,000 maka systems dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel daya saing

Adapun rincian hasil pengujian secara parsial akan diuraikan pada penjelasan berikut ini.

Tabel 8. Pengujian Parsial (X_1) terhadap Y

Hipotesis	Koefisien Jalur	t hitung	t tabel	Keputusan
X_1 berpengaruh terhadap Y	0,369	5,643	1,975	H_0 diterima

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat leadership mendapat perolehan nilai t hitung (5,643) > t_{tabel} (1,975), Nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000 maka hipotesis Ho diterima, dapat diartikan leadership berpengaruh signifikan terhadap daya saing.

Tabel 9. Pengujian Parsial (X_2) terhadap Y

Hipotesis	Koefisien Jalur	t hitung	t tabel	Keputusan
X_2 berpengaruh terhadap Y	0,281	4,424	1,975	H_0 diterima

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat strategy mendapat perolehan nilai t_{hitung} (4,424) > t_{tabel} (1,975), Nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000 maka hipotesis Ho diterima, dapat diartikan strategy berpengaruh signifikan terhadap daya saing

Tabel 10. Pengujian Parsial (X_3) terhadap Y

Hipotesis	Koefisien Jalur	t hitung	t tabel	Keputusan
X_3 berpengaruh terhadap Y	0,266	4,177	1,975	H_0 diterima

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat strategy mendapat perolehan nilai t_{hitung} (4,177) > t_{tabel} (1,975), Nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000 maka hipotesis Ho diterima, dapat diartikan systems berpengaruh signifikan terhadap daya saing.

Pengujian Hipotesis

Dilihat dari nilai R2 untuk dimensi yang terdiri atas leadership, strategy, dan systems sebesar 0,511, artinya *social entrepreneur* tidak mampu mempengaruhi daya saing sebesar 51%. Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa pengaruh *social entrepreneur* terhadap daya saing adalah signifikan dengan nilai t-statistik sebesar 7,739 (>1,97). Nilai probabilitas (Sig) *social entrepreneur* sebesar 0,000. Dengan demikian, hipotesis Ha: $\rho > 0$ artinya terdapat pengaruh positif *leadership, strategy*, dan *systems* terhadap daya saing secara simultan. Adapun sub hipotesis dari penelitian ini sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa pengaruh leadership terhadap daya saing adalah tidak signifikan dengan nilai t-statistik sebesar 5,643 (>1,975). Nilai probabilitas (Sig) leadership sebesar 0,000. Dengan demikian, hipotesis Ha: $\rho > 0$ artinya terdapat pengaruh positif dari leadership terhadap daya saing.
2. Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa pengaruh strategy terhadap daya saing adalah tidak signifikan dengan nilai t-statistik sebesar 4,424 (>1,975). Nilai probabilitas (Sig) strategy sebesar 0,000. Dengan demikian, hipotesis Ha: $\rho > 0$ artinya terdapat pengaruh positif dari strategy terhadap daya saing.
3. Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa pengaruh systems terhadap daya saing adalah signifikan dengan nilai t-statistik sebesar 4,177 (>1,975). Nilai probabilitas (Sig) systems sebesar 0,000. Dengan demikian, hipotesis Ha: $\rho > 0$ artinya terdapat pengaruh positif dari systems terhadap daya saing

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kajian teoris dan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan eksplanatif dengan menggunakan analisis jalur antara dimensi *social entrepreneur* yaitu leadership, strategy, structures, dan systems terhadap daya saing pada pengusaha sentra UMKM Rajut Binong Jati Bandung dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai tingkat *social entrepreneur* dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri dari leadership, strategy, dan systems berada pada kategori tinggi. Hal ini dapat menunjukan bahwa *social entrepreneur* di sentra UMKM Rajut Binong Jati sudah tinggi namun masih perlu ditingkatkan. Penilaian ini dilihat dari tingkat dimensi tertinggi hingga yang terendah, variabel *social entrepreneur* dengan penilaian dimensi pada posisi tertinggi adalah dimensi leadership, sedangkan dimensi dengan penilaian terendah adalah dimensi systems.
2. Gambaran mengenai tingkat daya saing dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri dari cost, quality, delivery, dan flexibility berada pada kategori tinggi. Hal ini dapat menunjukan bahwa daya saing di sentra UMKM Rajut Binong Jati sudah tinggi namun masih perlu ditingkatkan. Penilaian ini dilihat dari tingkat dimensi tertinggi hingga yang terendah, variabel daya saing dengan penilaian dimensi pada posisi tertinggi adalah dimensi cost, sedangkan dimensi dengan penilaian terendah adalah dimensi flexibility.
3. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa *social entrepreneur* berpengaruh positif terhadap daya saing, dengan sub

variabel leadership berpengaruh signifikan terhadap variabel daya saing, sub variabel strategy dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel daya saing, sub variabel systems dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel daya saing. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi/banyak para pengusaha *social entrepreneur*, maka semakin tinggi daya saing di sentra UMKM Rajut Binong Jati.

Adanya penelitian ini diharapkan mampu membantu peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian mengenai *social entrepreneur* terhadap daya saing baik dengan menggunakan indikator yang sama maupun berbeda dari sumber teori yang lebih beragam, dan terhadap objek yang berbeda. Karena banyaknya keterbatasan dalam penelitian ini, khususnya yang berkaitan dengan metode penelitian dan juga teknik pengumpulan data.

DAFTAR PUSTAKA

Afriyani, Rochma. (2011) Analisis Daya Saing Pariwisata Kota Bogor. (Skripsi), Institut Pertanian Bogor, Bogor.

Alfianto, Agus, E. (2012). Kewirausahaan: Sebuah Pengabdian Kepada Masyarakat. Jurnal Heritage, 1(2).

Ananda Rusydi, T. R. (2016). Pengantar Kewirausahaan Rekayasa Akademik Melahirkan Enterpreneurship. Medan: Perdana Publishing

Baron, R. A., & Shane, S. (2007). *Entrepreneur*ship: A Process Perspective (2nd Ed.). South-Western: Cengage Learning.

Bygrave, William, & Zacharakis, Andrew. (2011). *Entrepreneur*ship, (2nd Edition). United State. .Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Cooper, D., & Schindler, P. (2013). Business Research Methods (12th ed.). New York: McGraw-Hill Higher Education.

Dees. dkk. (2002). The Process of *Social entrepreneur*ship: Creating Opportunities Worthy of Serious Pursuit", Center for the Advancement of *Social entrepreneur*ship.

Dilworth, J.B. (1992). Operations Management: Design, Planing and Control for Manufacturing Services. New York: McGraw-Hill, Inc.

Drayton Bill. (2006). Everyone a Changemaker, Social Entrepreunership‟s Ultimate Goal, Innovations.USA: MIT Press

Geoffrey, G. Meredith, et. Al. (1995). Kewirausahaan Teori Dan Praktek. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Presindo.

Henley, A., Contreras, F., Espinosa, J. C., & Barbosa, D. (2017). *Entrepreneur*ial Intentions Of Colombian Business Students. International Journal Of *Entrepreneur*ial Behavior & Research.

Hill, G. Kart. (1993). A Social Psychological Perspective on Creativity. New Jersey : Ablex Publishing Coorporation.

Homburg, C., Schwemmle, M. & Kuehnl, C. (2015) New Product Design: Concept Measurement, and Consequencel.

Hulgard, L. (2010) Discourses of *Social entrepreneur*ship-Variation of The Same Theme?.New York: EMES European Research Network

Imawan. (2012). Peningkatan Daya Saing : Oendekatan Paradigmatik-Politis, Jurnal: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol.6 No.79-80.

Ireland, R. D. & Webb, J. W. (2007) Strategic *Entrepreneur*ship: Creatingcompetitive advantage through streams of innovation, Business Horizons.

Kasmir. (2007). Dasar-dasar Perbangkan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kotler, Keller. (2012). Marketing Management. New Jersey: Pearson Education Inc.

Light C, Paul. (2006). Reshaping *Social entrepreneur*ship. Stanford: Stanford Social Innovation Review.

Malhotra, Naresh K., David F. Birks, & Peter Wills. (2013). Essentials of Marketing Research. London: Pearson.

Martin. (1998). Logistics and supply chain management: strategies for Reducing Cost and Improving Service. England: Pearson Education Limited.

Muchlas, Z. (2015). Strategi Inovasi Dan Daya Saing Industri Kecil Menengah (Ikm) Agro Industri Di Kota Batu, 9, 78–91.

Muhardi. (2007). Strategi Operasi: Untuk Keunggulan Bersaing. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Nicholls, A. (2006). *Social entrepreneur*ship: New Models of Sustainable Social Change. New York: Oxford University Press

Palesangi & Muliadi. (2012) Pemuda Indonesia dan Kewirausahaan Sosial, Prosiding Seminar Nasional Competitive Advantage. Jawa Timur: Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum.

Porter, L. W., Crampon, W. J., & Smith, F. J. (2006). Organizational commitment and managerial turnover. Organizational Behavior and Human Performance.

Porter, M. E. (1985). Competitive Creating and Sustaining. Canada: Maxwell Macmillan International.

Rajesh, K. S., Suresh, K. G. & S.G. Deshmukh (2010). The competitiveness of SMEs in a globalized economy Observations from China and India, Journal Management Research Review, 33(1), hlm.54-65.

Robert D. Hisrich. (2016). *Entrepreneur*ship. New York: Mcgraw-Hill Education

Scarborough, N. (2016). Essentials Of Entrepreeurship And Small Business Management (Eighth Edi). England: Pearson Education Limited.

Sekaran, U. (2014). Metodologi Penelitian untuk Bisnis (Research. Methods for Business). Jakarta: Salemba empat.

Siudek, T., & A. Zawojska. (2014). Competitiveness in the Economic Concepts, Theories And Empirical Research. Jurnal: Competitiveness 13(1), 91–108.

Stonebrake, Peter W.;Leong G. Keony. (1994). Operations Strategy: Focusing on Competitive Excellence. USA : Allyin and Bacon.

Surachman S. (2008). Dasar-Dasar Manajemen Merek. Malang: Bayumedia Publishing.

Utama, R. D., Nuryanti, B. L., & Sutarni, N. (2016). Kewirausahaan Niat Untuk Pemicu Kewirausahaan Orientasi.

Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). Business Research Method : 12th Edition. New York: McGraw-Hill Higher Education.

Muchlas, Z. (2015). STRATEGI INOVASI DAN DAYA SAING INDUSTRI KECIL MENENGAH (IKM) AGRO INDUSTRI DI KOTA BATU. 9, 78–

Nurfaqih, M. I., & Fahmi, R. A. (2018). *Social entrepreneur*ship (Kewirausahaan

Wibowo. (2017). Manajemen Kinerja (5th ed.). Depok: PT. Rajagrafindo Persada

Startupranking.com. (n.d.). Startup Ranking. Startupranking.Com.

Widiastuti, R., & Margaretha, M. (2011). Socio *Entrepreneur*ship: Tinjauan Teori Dan Perannya Bagi Masyarakat. Jurnal Manajemen, 11(1), 114870.

Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., Jr Donnelly, J. H., & Konopaske, R. (2012). *Organizations: behavior, structure, processes*. (Fourteenth, Ed.). McGraw Hill.

Griffin, R., & Moorhead, G. (2013). *Organizational Behavior: Managing People and Organizations* (Eleventh). South-Western Cengage Learning.

Hasibuan. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (6 ed.). Bandung: Bumi Aksara Grup.

Hermawan. (2006). Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif. In Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif* (p. 19). Jakarta: Grasindo.

Robbins, & Judge. (2008). *Organizational Behaviour, Tenth Edition.* (B. Molan, Ed.) Jakarta: Salemba Empat.

Robbins, Stephen. 2015. Organizational Behavior. 9th Edition. New Jersey: Precentice Hall International Inc.

Stephen, Robbins (2015), Perilaku Organisasi, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Robbins, S. P., & J. B. (2018). *Management.* New York: Pearson Education.

Robbins, S. P., & J. B. (2016). *Organizational Behaviour, Seventeenth Edition* : Pearson Education.

Sedarmayanti. (2001). *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja.* Jakarta: Djambatan.

Sedarmayanti. (2008). Lingkungan Kerja. Bandung: Mandar Maju.

Sedarmayanti. (2009). Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja. Bandung: CV. Mandar Maju

Sekaran, Uma. (2014). Metodologi Penelitian untuk Bisnis (Research Methods for Business). Buku 1 Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.

Sihombing, S. 2004. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Balai Pustaka.

Singh, Yogesh Kumar. Fundamental of Research Methodology and Statistics. New Delhi: New Age International Publishers, 2006

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

Zefanne. (2003). *Organisational Behavior.* London: Chartered Institute of Personnel and Development (CIPD)