

**ANALISIS KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DALAM MEWUJUDKAN
KEUNGGULAN KOMPETITIF DI UMKM KEDAI MIE ALA KOREA
KECAMATAN LEMAHABANG WADAS**

Fadilah Anggun Anggraeni¹, Sari Marlioni², July Yuliawati³
Universitas Buana Perjuangan Karawang^{1,2,3}
mn19.fadilahanggraeni@mhs.ubpkarawang.ac.id¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kompetensi kewirausahaan dapat mewujudkan keunggulan kompetitif di UMKM kedai Mie ala Korea yang berlokasi di Wadas Lemahabang, yang menawarkan berbagai makanan khas Korea. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedai Mie ala Korea memiliki kompetensi kewirausahaan yang mencakup kemampuan menciptakan rasa baru, konsistensi dalam memposting produk di media sosial, kemampuan menyusun laporan keuangan, dan adanya mitra bisnis. Keunggulan kompetitif yang dimiliki termasuk racikan bumbu khas, penetapan harga yang bersaing, serta kemampuan bertahan dan bersaing selama enam tahun. Kendala yang dihadapi mencakup lokasi yang jauh dari pusat kota, kurangnya penggunaan digital marketing, beberapa bahan baku yang dibeli secara online, dan pelayanan yang memakan waktu lama. Solusi yang diusulkan untuk mengatasi kendala tersebut meliputi pembukaan cabang di pusat kota, pendaftaran penjualan melalui digital marketing, stok bahan baku untuk beberapa hari ke depan, penambahan mitra bisnis lokal, serta pelatihan kepada juru masak untuk meningkatkan kecepatan pelayanan. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pengembangan strategi kewirausahaan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM di sektor kuliner.

Kata Kunci: Kedai Mie ala Korea, Kompetensi Kewirausahaan, Keunggulan Kompetitif

ABSTRACT

This study aims to analyze how entrepreneurial competence can realize competitive advantage in Korean Noodle Shop MSMEs located in Wadas Lemahabang, which offers various Korean specialties. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques through interviews, observations, and documentation. The results of the study indicate that Korean Noodle Shops have entrepreneurial competence that includes the ability to create new flavors, consistency in posting products on social media, the ability to prepare financial reports, and the presence of business partners. Competitive advantages include special spice blends, competitive pricing, and the ability to survive and compete for six years. The obstacles faced include a location far from the city center, lack of use of digital marketing, some raw materials purchased online, and long-lasting service. The proposed solutions to overcome these obstacles include opening a branch in the city center, registering sales through digital marketing, stocking raw materials for the next few days, adding local business partners, and training for chefs to improve service speed. This study provides important insights

for the development of entrepreneurial strategies to increase the competitive advantage of MSMEs in the culinary sector.

Keywords: *Korean Noodle Shop, Entrepreneurial Competence, Competitive Advantage*

PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia telah melakukan banyak hal untuk membantu UMKM berkembang, seperti memberikan akses keuangan, memberikan pelatihan, dan memperkuat jejaring bisnis. Diharapkan peran UMKM dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di Indonesia akan terus diperkuat oleh dukungan yang terus meningkat dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga keuangan, dan Masyarakat (Vera Putri Nasyati, Sari Marliani, July Yuliatwati, 2024, p. 4434). Ekonomi Indonesia bergantung pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Karena keberadaan UMKM sangat memengaruhi perekonomian, mereka harus disokong dan didukung oleh berbagai program yang dimaksudkan untuk mengembangkannya. Agar dapat membantu perekonomian nasional, pengusaha UKM harus bertahan di tengah krisis. UKM masih menghadapi banyak masalah meskipun mereka berfungsi sebagai penyerap tenaga kerja dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat (Aramia Fahriyah, 2020, p. 105).

Usaha besar menurut UU No 20 Tahun 2008 tentang UMKM, adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang lebih besar dari usaha menengah. Usaha besar termasuk usaha patungan, usaha nasional atau swasta, dan usaha asing yang beroperasi di Indonesia. Pemerintah Provinsi Jawa Barat melalui Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat berupaya untuk terus membina UMKM yang ada dengan membina mereka dalam manajemen usaha, pelatihan, dan pendampingan usaha. Namun, masih ada banyak tantangan yang harus dihadapi oleh para pelaku usaha di sektor UMKM. Oleh karena itu, pemerintah provinsi telah melakukan upaya untuk terus membina UMKM yang ada untuk menjadi tangguh. (Yuliatwati, 2023, p. 8576).

Karena UMKM di Kabupaten Karawang belum sepenuhnya masuk ke dalam rantai perdagangan industri besar, perkembangan UMKM masih lamban. Mayoritas pemilik UMKM di Kabupaten Karawang masih memiliki modal yang terbatas, yang diikuti oleh kurangnya pengetahuan warga tentang teknologi saat ini, dan tantangan pemasaran produk. Namun, jumlah UMKM di Kabupaten Karawang terus meningkat setiap tahunnya. Tabel berikut menunjukkan perkembangan UMKM di Kabupaten Karawang.

Tabel 1.
Data Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)
Kabupaten Karawang Tahun 2018-2022

No.	Tahun	Jumlah
1	2018	7.505
2	2019	15.146
3	2020	15.257
4	2021	14.239
5	2022	15.410

Sumber. BPS Provinsi Jawa Barat

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa perkembangan UMKM di Kabupaten Karawang menunjukkan peningkatan setiap tahunnya, kecuali pada tahun 2021 dengan penurunan jumlah UMKM di angka 14.239. Adapun jumlah UMKM pada tahun 2022 mencapai 15.410 UMKM. Sebagian besar pemilik UMKM di Kabupaten Karawang masih kekurangan modal, memiliki keterbatasan teknologi, dan kekurangan gerai pemasaran yang disediakan pemerintah kabupaten setempat. Akibatnya, UMKM tidak dapat berkembang dengan cepat (Wulansari et al., 2020, p. 85).

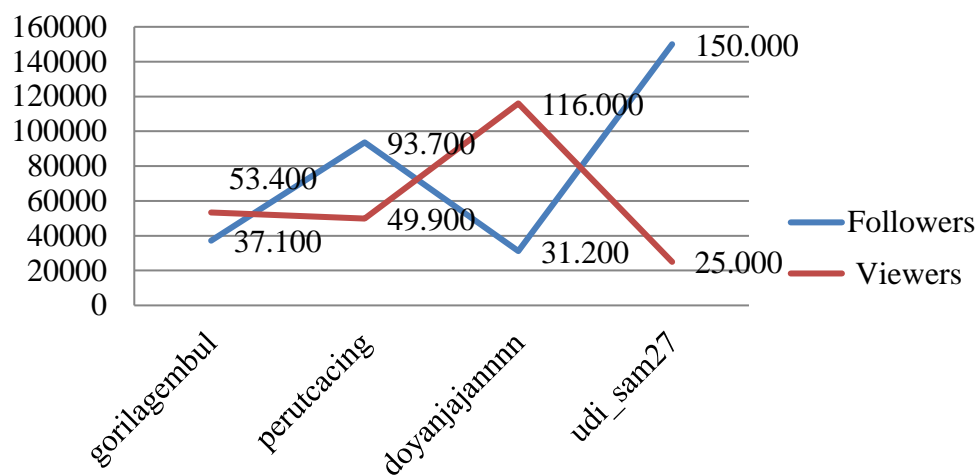
Berbagai masalah yang telah diteliti menunjukkan bahwa salah satu kelemahan UMKM adalah kemampuan manajemen yang lemah. Manajemen seharusnya membantu UMKM menjalankan usahanya dengan lebih efisien dan efektif. Untuk menyelesaikan masalah ini, perlu dibuat model manajemen UMKM yang dapat diterapkan pada situasi UMKM saat ini (Sari Marliani, 2023, p. 943)

Sebagai pelaku usaha, kompetensi kewirausahaan merupakan gabungan sikap, pengetahuan, dan keterampilan yang sangat penting untuk mencapai kinerja yang baik dalam menjalankan usahanya. Kewirausahaan memacu pertumbuhan ekonomi negara, dan hubungan antara kewirausahaan dan pertumbuhan ekonomi sangat erat dan menguntungkan, di mana peningkatan jumlah wirausaha mengikuti peningkatan pertumbuhan ekonomi Negara (Sugandi & Suhaeni, 2019, p. 1375). Karena akses yang lebih mudah ke program digital untuk penelitian dan pengembangan, penjualan, iklan, dan penyaluran hasil, para pesaing di bidang bisnis pasti menjadi lebih kreatif. Pebisnis lama yang mengandalkan perubahan cepat dalam hal kualitas, harga, dan kecekatan layanan akan kalah. Perusahaan harus dapat mendesain, memasarkan, dan menyediakan produk dan layanan berkualitas tinggi karena itu mengubah permintaan dengan peningkatan transparansi, keterlibatan, dan perilaku pelanggan. Keinginan pelanggan yang meningkat, kualitas produk dan layanan yang lebih baik, inovasi yang dilakukan secara kolaboratif oleh bisnis, dan lebih banyak lagi adalah efek utama revolusi industri 4.0 pada bisnis (Edison Siregar, 2021). Mie Ala Korea adalah bisnis keluarga yang resep makanannya di olah sendiri oleh keluarga khususnya sang Putri yang Bernama Pera Nur Ikamah yang juga sebagai pemilik, dan Bapa Ependi yang mengelola bisnis, sedangkan Ibunda yaitu Ibu Uneh yang bertugas mengelola keuangan dan juga sebagai chef atau yang bertanggung jawab dalam masakan yang akan dijual. Dengan memadukan sendiri bumbu rempah Indonesia dan korea, akhirnya menciptakan cita rasa yang menurut pemilik sudah *familiar* dilidah orang Indonesia, lalu pemilik dan keluarga sepakat untuk membuka usaha kuliner ini pada tahun 2018 dan berhasil bertahan hingga tahun ini.

Kompetensi kedai Mie ala korea ini yaitu kemampuan dan keahlian *owner* menciptakan rasa baru secara otodidak, beliau mencoba memasak mie dengan racikan bumbu khas Korea, dihidangkanlah masakan tersebut kepada keluarga, lalu merasa cocok dengan rasanya, dan *owner* mulai memberanikan diri untuk membuka bisnis ini. Dari situ, *owner* selalu mempertahankan cita rasa serta kualitas masakannya dan selalu mengembangkan menu baru agar pelanggan selalu merasa puas dan dapat kembali ke kedai mie ala Korea untuk membeli produknya. Selain memiliki usaha Mie ala Korea, Saat ini owner juga sudah memiliki 2 gerai kuliner lainnya yaitu Coconut Blend yang dibuka pada tahun 2023 sedangkan Seblak Saranghaeo dibuka pada tahun 2024 yang berada tepat di samping kedai mie ala Korea dan menyediakan lebih dari 20 menu makanan dan minuman di 3 gerai kulinernya. *Owner* dapat melakukan banyak cara untuk menguasai perubahan, yaitu salah satunya dengan meningkatkan kualitas dan

mutu dari bisnis itu sendiri, selain itu juga harus memprioritaskan pelanggan agar mendapatkan pelanggan yang loyal.

Kedai Mie Ala Korea sendiri memiliki banyak keunggulan, selain menu yang beragam, harganya juga relatif murah. Memiliki lokasi yang strategis terletak di Jl. Syeh Quro dusun Buahaseum desa Karyamukti Kecamatan Lemahabang Kabupaten Karawang, juga ruangan yang nyaman dengan kursi-kursi yang tertata. Kedai Mie Ala Korea juga dijadikan tempat berkumpul bagi para remaja. , Mie ala Korea ini juga pernah dikunjungi oleh beberapa *food vlogger* untuk menikmati jajanan khas ala Korea ini. *Food vlogger* adalah seseorang yang melakukan *review* atau memberikan ulasan tentang makanan yang mereka pilih, yang kemudian disusun dalam sebuah video unggahan dimedia sosial (kumparan.com). Berikut adalah grafik beberapa *food vlogger* yang pernah *mereview* Kedai mie ala Korea di Video vlognya.



Grafik 1. Data Food Vlogger
Sumber: diolah oleh penulis, 2024

Berdasarkan grafik diatas, menunjukkan bahwa *followers* paling tinggi dicapai oleh akun dengan *username* @udi_sam27 di angka 150.000 *followers*, sedangkan untuk *viewers*, @udi_sam berada di angka terendah, yaitu 25.000 penonton, dan untuk *followers* yang terendah adalah akun dengan *username* @doyanjajannnn, sedangkan untuk *viewers*, @doyanjajannnn menduduki *viewers* terbanyak, yaitu di angka 116.000. Setiap bisnis dalam industri yang bersaing pada dasarnya ingin menjadi lebih unggul dari pesaing lainnya. Untuk membuat strategi bersaing, pertama-tama perlu membuat strategi umum tentang bagaimana bisnis akan berkembang, apa sebenarnya tujuan bisnis untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, dan kebijakan apa yang akan digunakan untuk mencapainya. Seperti yang dilakukan kedai mie ala Korea ini, selalu mengembangkan kreatifitas, menjaga cita rasa, dan berusaha menjadi lebih unggul dari produk pesaing.

Tabel 2.
Data Pesaing Kedai Mie Ala Korea

No	Nama Kedai	Alamat
1	Mie Jebew	Jl. Syekh Quro, Kedaung, Lemahabang

2	Mie Gledek dan Royal Coffe	Jl. Raya Syekh Quro ,Buahaseum Karyamukti, Kec. Lemahabang, Kab. Karawang
3	Angkringan Kuring	Jl. Raya Syekh Quro ,Wadas Kec. Lemahabang, Kab. Karawang
4	Kedai Soul	Jl. Syekh Quro, Pendeuy, Karyamukti, Kecamatan Lemahabang

Bahwa ada beberapa pesaing Mie Ala Korea. Mulai dari Mie Jebew yang berlokasi di jalan Syekh Quro, Kedaung, kecamatan Lemahabang hingga Kedai Soul yang beralamatkan didesa Karyamukti, Kecamatan Lemahabang.

KAJIAN TEORI

Pengertian Kompetensi Kewirausahaan

Menurut Romando Sijabat, (2019) Kompetensi kewirausahaan adalah kemampuan yang dibutuhkan untuk mengembangkan usaha yang dijalankannya. Ini juga merupakan komponen yang sangat penting untuk membuat inovasi baru dan memberikan nilai tambah bagi usaha atau bisnisnya. Dengan demikian, kompetensi kewirausahaan akan memberikan kinerja yang berbeda untuk usaha tersebut. Sedangkan menurut (Ratih Dewi Pamuji, 2022, p. 21) Kompetensi kewirausahaan adalah kemampuan seseorang yang mencakup pengetahuan, sikap, dan keterampilan yang diperlukan untuk menghasilkan kinerja yang berbeda sambil memaksimalkan keuntungan.

Indikator Kompetensi Kewirausahaan

Menurut (Hermawan, 2020) ada 4 indikator dalam kompetensi kewirausahaan, yaitu:

- 1) Teknik Kompetensi (*Technical Competence*)
- 2) Kompetensi Pemasaran (*Marketing Competence*)
- 3) Kompetensi Keuangan (*Financial Competence*)
- 4) Kompetensi Hubungan Antar Manusia (*Human Relation Competence*)

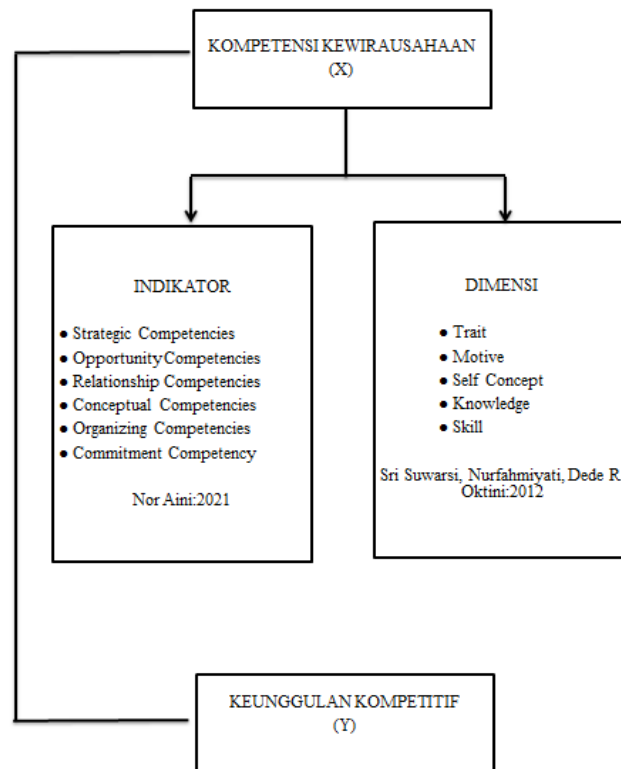
Keunggulan Kompetitif

Menurut Permana, (2019) Keunggulan kompetitif adalah keadaan dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggannya, memilih pasar dimana perusahaan dapat melakukannya dengan baik, dan memberikan tujuan yang menarik bagi para pesaingnya untuk terus meningkatkan posisinya. Keunggulan kompetitif kemampuan dalam mengatasi tantangan yang ada dan memanfaatkan peluang usaha yang ada, termasuk didalamnya peluang untuk mengembangkan kualitas diri (Darmadi, 2022)

Indikator Keunggulan Kompetitif

Menurut Bharadwaj et al (1993) dalam (Mohamad Mozakki, 2020) Indikator yang digunakan untuk mengukur keunggulan kompetitif adalah:

- 1) Keunikan produk
- 2) Harga bersaing
- 3) Tidak mudah dijumpai
- 4) Tidak mudah ditiru, dan
- 5) Tidak mudah digantikan



Gambar 1. Bagan Kerangka Pemikiran

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan data kualitatif deskriptif yang dikumpulkan melalui wawancara mendalam. Selain itu, metodologi penelitian ini adalah kualitatif, dengan fokus pada analisis kualitatif. Informasi yang dikumpulkan berasal dari gambar foto dan teks tertulis. Semua informasi ini juga mungkin merupakan jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Untuk menghasilkan hasil yang memuaskan, analisis kualitatif dan statistik deskriptif akan digunakan. Peneliti membutuhkan pengumpulan data, teori informasi yang relevan, dan dukungan yang jelas untuk menjelaskan masalah utama. Karena itu, akademisi mengumpulkan data dengan menggunakan teknik seperti dokumentasi, wawancara, dan observasi (Saputra et al., 2023, p. 3601).

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara mendalam yang dilakukan pada rentang waktu bulan Januari 2023-Juli 2024. Informan yang menjadi narasumber dalam penelitian ini dengan melakukan wawancara mendalam yaitu Pera Nur Ikma sebagai Owner, Bapak Ependi sebagai Pengelola bisnis, Ibu Uneh sebagai pengelola keuangan dan penanggung jawab masakan.

Kompetensi Kewirausahaan

Peneliti melontarkan beberapa pertanyaan terkait kompetensi kewirausahaan pada 3 narasumber. Wawancara dilakukan pada rentang waktu bulan Januari 2024-Juli 2024. Adapun hasil dari wawancara dapat dilihat pada transkrip wawancara dibawah ini.

Tabel 3.
Hasil Penelitian Kompetensi Kewirausahaan

No	Narasumber	Pertanyaan	Jawaban
1.	Pera (<i>Owner</i>)	<p>Bagaimana kompetensi yang ada di Mie ala Korea ini? Mulai dari</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Teknik Kompetensi 2) Kompetensi pemasaran 3) Kompetensi keuangan, dan 4) Kompetensi hubungan antar manusia 	<ul style="list-style-type: none"> • Teknik kompetensi yang kami miliki adalah mempertahankan cita rasa, kualitas produk, desain produk, dan mengadakan promo di waktu tertentu. • Konsisten posting produk di sosial media, promo melalui <i>food vlogger</i>, dan memberikan give away di hari-hari spesial. • Setiap hari pengelola bisnis kami selalu menyeter pengeluaran dan penghasilan yang ada di kedai, agar saya bisa tahu dimana letak laba dan ruginya, namun saya tidak mendata menjadi laporan keuangan. • Kami sudah cukup lama belanja bahan baku <i>frozen food</i> di toko Feby <i>frozen</i> yang berada di sebelah Klinik Medika Wadas
2.	Ependi (Pengelola bisnis)		<ul style="list-style-type: none"> • Kami memiliki kemampuan menciptakan rasa baru. • Salah satu cara promosi kami adalah dengan memposting di media sosial instagram @miealakorea. • Untuk laporan keuangan dulu kami pernah membuat, namun karena keterbatasan waktu, akhirnya tidak kami lanjutkan. • Kami berbelanja bahan baku seperti dimsum, dumpling, dan makanan cepat saji lainnya di toko yang berada dekat dengan kedai mie ala Korea
3.	Uneh (Pengelola Keuangan)		<ul style="list-style-type: none"> • Kami selalu mengembangkan menu baru agar pelanggan tidak merasa bosan. • Kami selalu menjaga cita rasa agar pelanggan bisa mengenal rasanya dan ingin kembali membeli produk kami. • Ada, tapi kami hanya mencatat pemasukan dan pengeluaran perhari untuk disetorkan ke <i>owner</i>. • Kami berbelanja sayuran dan bahan-bahan lain di pasar

Berdasarkan wawancara dengan ke 3 narasumber dapat disimpulkan bahwa kedai mie ala Korea sudah memiliki beberapa Kompetensi, seperti mempertahankan cita rasa, menciptakan rasa dan menu baru, melakukan promosi melalui sosial media, *food vlogger*, memberikan *give away* di hari tertentu, mencatat laporan penjualan harian, dan memiliki mitra bisnis di wilayah Wadas.

Keunggulan Kompetitif pada Mie ala Korea

Peneliti melontarkan beberapa pertanyaan terkait Keunggulan Kompetitif pada 3 narasumber. Wawancara dilakukan pada rentang waktu bulan Januari 2024-Juli 2024.

Tabel 4.
Hasil Penelitian Keunggulan Kompetitif

No	Narasumber	Pertanyaan	Jawaban
1.	Pera (Owner)	Bagaimana Keunggulan Kompetitif yang ada di Mie ala Korea ini? Dari segi : - Keunikan produk, tidak mudah ditiru, dijumpai, dan digantikan - Harga yang bersaing, dan - Pesaing yang relevan	<ul style="list-style-type: none"> • Kami selalu mengembangkan kreatifitas, konsep, resep, dan tetap pada prinsip menjual mie ala Korea. • Sebisa mungkin kita sesuaikan apa yang kita jual ini mampu untuk mereka beli, khususnya anak sekolah. • Pesaing selalu ada, namun kami tetap fokus untuk selalu mengembangkan bisnis kami.
2.	Ependi (Pengelola bisnis)		<ul style="list-style-type: none"> • Kami memiliki bumbu yang khusus, sehingga bisnis seperti kita ini unik dan agak sulit untuk ditiru dan digantikan. • Harga jual kami sesuaikan dengan harga bahan baku. Dan karena ini masih wilayah pedesaan, jadi agak sulit jika harus menjual produk dengan harga tinggi. • Kami selalu fokus mengembangkan kreatifitas agar tidak ketinggalan dari UMKM pesaing.
3.	Uneh (Pengelola Keuangan)		<ul style="list-style-type: none"> • Racikan bumbu yang khas dari kami membuat para pesaing ataupun orang lain sulit untuk meniru rasa yang sama persis dengan produk yang kami jual. • Kami membuat rasa dan harga yang cocok dengan masyarakat didaerah ini, • Kedai kami sudah mampu bertahan selama kurang lebih 6 tahun dan bersaing dengan UMKM kuliner lainnya yang ada di Wadas Lemahabang ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber mengenai keunggulan kompetitif bahwa kedai mie ala Korea ini memiliki keunggulan yang cukup kompetitif. Pengelola bisnis dan keuangan menyampaikan bahwa kedai mie ala Korea ini memiliki racikan bumbu yang khas. Ke 3 narasumber juga menyampaikan bahwa pesaing selalu ada, namun kedai Mie ala Korea ini selalu mengembangkan kreatifitas agar tidak ketinggalan dari bisnis pesaing dan kedai ini sudah mampu bertahan selama 6 tahun dan bersaing dengan UMKM lainnya.

Kendala yang di Hadapi Kedai Mie ala Korea

Peneliti melontarkan pertanyaan terkait kendala yang dihadapi oleh kedai Mie ala Korea pada 3 narasumber. Wawancara dilakukan pada rentang waktu bulan Januari 2024-Juli 2024.

Tabel 5.
Hasil Penelitian Kendala yang dihadapi

No	Narasumber	Pertanyaan	Jawaban
1.	Pera (<i>Owner</i>)	Bagaimana masalah atau kendala yang dihadapi selama ini?	Lokasi kami yang terlalu jauh dari pusat kota, dan penjualan yang belum menggunakan sistem <i>digital marketing</i> seperti <i>Shopeefood, grabfood, dll.</i>
2.	Ependi (Pengelola bisnis)		Ada beberapa bahan baku yang harus kami beli melalui <i>onlineshop</i> .
3.	Uneh (Pengelola Keuangan)		Ada beberapa pelanggan yang mengeluh pelayanan kita terlalu lama.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ke 3 narasumber, terdapat beberapa permasalahan yang sedang dihadapi oleh kedai mie ala Korea saat ini, yaitu sebagian bahan baku yang harus dibeli secara *online*, belum adanya sistem penjualan melalui *digital marketing*, lokasi yang jauh dari pusat kota dan pelayanan yang membutuhkan waktu lama ketika kedai sedang ramai pembeli.

Solusi yang dilakukan Kedai Mie ala Korea

Peneliti melontarkan pertanyaan terkait solusi yang dilakukan oleh kedai Mie ala Korea pada 3 narasumber. Wawancara dilakukan pada rentang waktu bulan Januari 2024-Juli 2024.

Tabel 6.
Hasil Penelitian Solusi yang dilakukan Kedai Mie ala Korea

No	Narasumber	Pertanyaan	Jawaban
1.	Pera (<i>Owner</i>)	Bagaimana Solusi yang harus dilakukan?	Jika bisnis yang didaerah wadas ini sudah berkembang serta kami sudah siap secara finansial, kami akan membuka cabang di daerah kota atau memperluas promo melalui <i>website</i> . Lalu, untuk penjualan melalui <i>digital marketing</i> , mungkin jika sistem lokasi sudah di <i>upgrade</i> oleh <i>digital marketingnya</i> , kami akan daftarkan kembali penjualan melalui digital marketing
2.	Ependi		Bahan baku kami selalu stok, nanti

(Pengelola bisnis)	kami akan memperluas mitra bisnis agar tidak perlu berbelanja secara <i>online</i> .
3. Uneh (Pengelola Keuangan)	Untuk kedepannya kami akan melatih juru masak kami agar bisa lebih cepat dalam memasak makanan.

Berdasarkan uraian tersebut, 3 narasumber menyampaikan bahwa ada beberapa solusi yang dilakukan oleh kedai Mie ala Korea, seperti membuka cabang baru dipusat kota, serta memperluas promosi melalui *website*, mendaftarkan penjualan ke *digital marketing*, stok bahan baku, memperluas mitra bisnis, dan memberikan pelatihan agar juru masak bisa lebih cepat lagi dalam memasak.

PEMBAHASAN

Kompetensi Kewirausahaan pada Mie ala Korea

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, kedai mie ala Korea ini sudah memiliki kompetensi dalam berwirausaha, seperti mempertahankan cita rasa, menciptakan rasa dan menu baru, melakukan promosi melalui sosial media, food vlogger, memberikan give away di hari tertentu, mencatat laporan penjualan harian, dan memiliki mitra bisnis di wilayah Wadas. Pengusaha harus memiliki kemampuan kewirausahaan untuk menjadi pengusaha yang sukses. Ini didukung dengan teori menurut (Hasanah, 2015) bahwa pengusaha yang sukses biasanya memiliki kompetensi, yang merupakan kumpulan kualitas dan pengetahuan pribadi yang mencakup sikap, motivasi, nilai-nilai pribadi, dan tingkah laku yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Aramia Fahriyah, 2020) dengan judul *Keunggulan Kompetitif Spesial Sebagai strategi Keberlanjutan UKM di Era New Normal* Perlu lingkungan yang kondusif bagi UKM memastikan kolaborasi yang optimal dengan para pelaku kepentingan di pemerintahan. Kolaborasi diarahkan untuk berpikir strategis dalam menciptakan keunggulan bersaing yaitu bagaimana berkompetensi untuk menjadi terbaik.

Keunggulan Kompetitif pada Mie ala Korea

Pada pertanyaan yang peneliti lontarkan terkait keunggulan kompetitif yang ada di mie ala Korea, narasumber sepakat bahwa kedai mie ala Korea ini sudah memiliki keunggulan kompetitif diantaranya yaitu, selalu mengembangkan kreatifitas, memiliki racikan bumbu yang khas, harga jual yang bersaing, dan mampu bersaing dengan bisnis sejenis selama kurun waktu 6 tahun. Menurut Barney 1991, dalam buku (Annisa Mardatillah, Rosmayani, 2022) menyampaikan bahwa perusahaan yang mampu menciptakan berbagai nilai tambah dapat mempertahankan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Ini membuat bisnis langka, berharga, unik dan dapat dipertukarkan. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Nurul Azizah et al., 2022) dengan judul *Literatur Review Keunggulan Kompetitif: Pengaruh Inovasi, Kreativitas dan Kepuasan Konsumen* bahwa pada era globalisasi sekarang ini setiap perusahaan harus siap menghadapi perubahan-perubahan agar dapat mempertahankan keunggulan bersaingnya. Konsumen mempunyai banyak pilihan produk yang mereka beli. Karena itu perusahaan harus mampu berinovasi agar konsumen tetap memilih produk mereka.

Kendala yang dihadapi Mie ala Korea

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan narasumber, ada beberapa masalah yang sedang dihadapi oleh kedai mie ala Korea, seperti sebagian bahan baku yang dibeli secara online, belum adanya penjualan melalui *digital marketing*, lokasi yang jauh dari pusat kota, dan pelayanan yang membutuhkan waktu lama. Ini didukung dengan teori menurut (Wiwid Novitasari, 2022) bahwa setiap perusahaan harus terus mengembangkan produk baru dan mempertimbangkan keluhan konsumen. Menjaga hubungan yang baik dengan konsumen, memperhatikan keluhan konsumen, dan memberikan sesuatu yang berbeda akan memperkuat loyalitas konsumen untuk tetap bertahan pada satu produk adalah kunci kesuksesan perusahaan untuk bertahan ditengah persaingan saat ini. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Shafa shinta masriya, 2022) bahwa karena persaingan yang ketat saat ini, pemilik kafe atau kedai harus mempertimbangkan cita rasa yang akan dijual dan banyak hal yang harus di pertimbangkan dengan cermat untuk tetap mempertahankan pelanggan.

Solusi yang dilakukan Mie ala Korea

Seperti yang telah disampaikan oleh 3 narasumber bahwa ada beberapa solusi yang dilakukan oleh kedai Mie ala Korea, seperti membuka cabang baru dipusat kota, serta memperluas promosi melalui website, mendaftarkan penjualan ke digital marketing, stok bahan baku, memperluas mitra bisnis, dan memberikan pelatihan agar juru masak bisa lebih cepat lagi dalam memasak. Ini didukung dengan teori menurut (Waruwu et al., 2022) bahwa Pelaku bisnis harus mempertimbangkan hal ini saat membangun koneksi dan mitra karena pentingnya digital marketing untuk meningkatkan penjualan melalui sosial marketplace. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Tas' yana ayu larasati, adhi pradiptya, 2022) bahwa saat ini, digital marketing sudah sangat umum. Banyak bisnis menggunakan platform digital untuk memasarkan produk mereka karena fakta bahwa menerapkan strategi ini dalam pemasaran dapat ,meningkatkan penjualan produk mereka.

SIMPULAN

Bahwa Kompetensi Kewirausahaan Kedai Mie ala Korea berperan penting dalam mewujudkan Keunggulan Kompetitifnya. Kedai ini memiliki kompetensi kewirausahaan yang mencakup kemampuan menciptakan rasa baru, pengembangan menu yang berkelanjutan, konsistensi dalam media sosial, pembuatan laporan keuangan harian, serta memiliki mitra bisnis di wilayah Wadas Lemahabang. Keunggulan kompetitif yang dimiliki mencakup kreativitas, konsep yang unik, racikan bumbu khas, harga bersaing, dan daya tahan serta kemampuan bersaing selama enam tahun. Namun, kedai ini menghadapi beberapa kendala seperti lokasi yang jauh dari pusat kota, keterbatasan dalam pemasaran digital, ketergantungan pada pembelian bahan baku secara online, dan pelayanan yang membutuhkan waktu lama. Sebagai solusi, kedai mie ala Korea berencana membuka cabang di kota, memperluas promosi melalui website, mendaftarkan penjualan ke digital marketing, menyimpan stok bahan baku lebih lama, memperluas mitra bisnis, dan memberikan pelatihan kepada juru masak untuk mempercepat proses pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

Annisa Mardatillah, Rosmayani, R. P. (2022). *Manajemen Strategi Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Berbasis Indigenous Product Creativity*. <https://repository.uir.ac.id/20470/1/Manajemen%20Strategi.pdf>

- Edison Siregar. (2021). *Pengantar Manajemen dan Bisnis* (Vol. 14, Issue 5). <https://repository.penerbitwidina.com/publications/347046/pengantar-manajemen-dan-bisnis>
- Hasanah. (2015). *Entrepreneurship Membangun Jiwa Entrepreneur Anak Melalui Pendidikan Kejujuran*. <https://eprints.unm.ac.id/1808/>
- Aramia Fahriyah, R. Y. (2020). *keunggulan kompetitif spesial sebagai strategi keberlanjutan UKM di era New Normal*. 7(2), 104–110. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/PS/article/view/961>
- Darmadi. (2022). *Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif*. 10(02), 85–92.
- Mohamad Mozakki. (2020). *Pengaruh diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing dimediasi oleh inovasi produk*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/17543/1/15510154.pdf>
- Nurul Azizah, L., Sidik, M., & Fauzan Rivano, M. (2022). Literature Review Keunggulan Kompetitif: Pengaruh Inovasi, Kreativitas Dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 264–273. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.37>
- Permana, E. (2019). *Analisis Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Produk Asuransi Syariah dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung)*. <http://repository.radenintan.ac.id/7727/1/skripsi%20estu%20permana.pdf>
- Ratih Dewi Pamuji. (2022). *Pengaruh pemanfaatan aplikasi akuntansi online, kompetensi kewirausahaan, dan kompensasi terhadap kinerja pencatat pembukuan di umkm di kota semarang*. <https://repository.unissula.ac.id/27361/>
- Romando Sijabat. (2019). *Pengaruh Manajemen Pengetahuan dan Kompetensi Kewirausahaan terhadap Pengembangan Usaha Kuliner (Studi Kasus pada Sektor Kuliner di Daerah Tanjung Morawa)*. <https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/2865>
- Sa'diyah, L. H. (2021). *Penjualan Produk Roti Di Kios Kue Rahayu Diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Oleh : Diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember*.
- Saputra, N., Marliani, S., & Yulawati, J. (2023). Penerapan Media Digital dalam Penjualan untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM Bolu Kijing di Desa Jayamakmur Kecamatan Jayakarta Kabupaten Karawang. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 3596–3606. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.5294>
- Sari Marliani, V. P. N. (2023). *Peningkatan manajemen produksipadaproduk umkm serbuk jahe desa cikalongsari*. 941–949.
- Shafa shinta masriya. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Café Terhadap Keputusan Pembelian Rai Raka Cafe Di Kabupaten Karawang*. 17(2), 233–245. <https://ejournal.unib.ac.id/Insight/article/view/23053>
- Sugandi, F., & Suhaeni, T. (2019). *Peran Kompetensi Kewirausahaan dalam Meningkatkan Kinerja Usaha pada Industri Kreatif Subsektor Kerajinan di Kota Bandung*. 1374–1386. <https://doi.org/10.35313/irwns.v10i1.1411>
- Tas' yana ayu larasati, adhi pradiptya, dan mita mawardani. (2022). *Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan*. 20(4), 397–402. <https://doi.org/10.62281/v2i6.532>

- Vera Putri Nasyati, Sari Marliani, July Yuliawati. (2024). *Sales Analysis Using Digital Payment Systems To 'J Increase - The Income Of Molasses Molasses Msmes Digital Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM Molases Tetes Tebu Pendahuluan Perkembangan UMKM di Indonesia telah menunjukkan tren yang positif dalam beberapa*. 7. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.9185>
- Waruwu, S., Mendrofa, Y., & Gulo, S. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan*. 1(2), 286–294. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i2.46>
- Wiwid Novitasari, C. M. S. H. (2022). *Pengaruh harga, lokasi, wom dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pada cafe senewen time surabaya*. 3(2), 86–93. <https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/jsbr/article/download/5570/3896>
- Wulansari, A., Hakim, L., Ramdani, R., & Karawang, U. S. (2020). *Strategi Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Karawang Dalam Pemberdayaan UMKM*. 7(1), 85. <https://core.ac.uk/download/pdf/429417962.pdf>
- Yuliawati, J. (2023). *Competence of UMKM Juara Participants Win West Java at Dinas Koperasi Dan UKM of Karawang Regency in 2022 Pengaruh Knowledge Management Dan Pelatihan Sumber Daya Manusia Terhadap Kompetensi Peserta UMKM Juara Jawa Barat Di Dinas Koperasi Dan UKM Kabupaten Karawang Tahun 2022*. 4(6), 8574–8589. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i6.2954>