

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perubahan dalam teknologi informasi dan kehadiran para wirausaha muda yang beroperasi lintas batas di dunia global terus terjadi di segala bidang dan berpengaruh pada pelaku usaha yang telah ada (*incumbent*), menciptakan pasar baru yang selama ini terabaikan oleh incumbent, dan menimbulkan dampak deflasi (penurunan harga). Usaha mikro, kecil dan menengah atau yang biasa disebut dengan UMKM masih mendominasi sektor usaha di kawasan ASEAN, di mana jenis usaha ini berkontribusi besar dan menjadi tulang punggung dalam perekonomian suatu negara, serta memiliki penyerapan tenaga kerja yang tinggi, terdapat sekitar 88,8 – 99,9% pelaku usaha UMKM di ASEAN serta mampu menyerap 51,7 - 97,2% tenaga kerja ASEAN (Permana, 2017). Tenaga Kerja di tingkat ASEAN memiliki peluang dan tantangan tersendiri dalam menghadapi perdagangan bebas Masyarakat Ekonomi ASEAN (Permana, 2017).

Di dalam dunia usaha pada era *VUCA World*, dimana gelombang volatilitas (sulit diprediksi), ketidakpastian, dan kompleksitas dan ambiguitas bisnis yang meningkat dipasar, bergejolak dan terjadi perubahan pola kompetisi yang sudah ada (Bennett & Lemoine, 2014) yang merupakan pemicu terjadinya perubahan besar dalam aspek perilaku organisasi. Porter (1998) mengatakan bahwa Manajemen Sumber Daya Manusia dapat membantu sebuah perusahaan memperoleh keunggulan kompetitif didalam menurunkan biaya, meningkatkan sumber-sumber produk dan atau perbedaan layanan.

Di Indonesia pada tahun 2019 proporsi sektor usaha yang masuk dalam kategori UMKM dari total unit usaha yang terdaftar cukup besar (sumber: [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id), tahun 2019), Jumlah UMKM tercatat sebesar 65.485.497 dan 5.637 unit usaha besar. Di dalam unit Usaha Besar mempekerjakan pegawai sebesar 3.805.829 tenaga kerja, sementara pada sektor UMKM mencapai 119.562.843 tenaga kerja atau 96,92 % dari total tenaga kerja yang ada di Indonesia. Sedangkan jika melihat dari komposisi terhadap PDB harga berlaku, sektor UMKM menyumbang sebesar 60,51% sisanya yaitu sebesar 39,49% merupakan sumbangsih dari sektor usaha besar (Widiatmo & Retnawati, 2019).

Pemberdayaan UMKM merupakan bagian yang integral dalam pembangunan perekonomian nasional yang diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi UMKM dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 menyatakan bahwa UMKM adalah pengelompokan jenis usaha di Indonesia, tabel terkait Jenis UMKM di Indonesia:

**Tabel 1.1**  
**Jenis UMKM di Indonesia**

Jenis Usaha	Jumlah kekayaan Bersih	Hasil Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 Juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	>Rp50 juta–Rp500 juta	> Rp.300 jt –Rp.2,5 M.
Usaha Menengah	>Rp.500 jt – Rp. 10 M.	> Rp. 2,5 – 50 M.

Sumber: Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008

Provinsi Banten merupakan hasil pemekaran provinsi Jawa Barat dimulai sejak 04 Oktober tahun 2000, melalui Undang-Undang nomor 23 tahun 2000, dengan pusat pemerintahan berada di kota Serang, mempunyai luas wilayah 9.662,92 kilometer persegi, memiliki 4 (empat) kabupaten yaitu Pandeglang, Lebak, Tangerang, dan Serang, serta 4 (empat) kota yakni Tangerang, Tangerang Selatan, Cilegon dan Serang. Salah satu kota yang menarik perhatian yaitu kota yang baru dilakukan pemekaran dari kota Tangerang yaitu Kota Tangerang Selatan (Tangsel).

Kota Tangerang Selatan merupakan Kota Satelit Ibukota Negara Indonesia yang memiliki letak geografis yang berbatasan dengan Provinsi DKI Jakarta pada sebelah utara dan timur memberikan peluang pada Kota Tangerang Selatan sebagai salah satu daerah penyangga provinsi DKI Jakarta, sebagai daerah yang menghubungkan Provinsi Banten dengan DKI Jakarta. Selain itu, Tangerang Selatan juga menjadi salah satu daerah yang menghubungkan Provinsi Banten dengan Provinsi Jawa Barat.

Tangerang Selatan merupakan salah satu kota yang menjadi bagian dari Provinsi Banten memiliki laju pertumbuhan ekonomi tertinggi di Banten, sebesar 7,37 %. Kota Tangsel dinobatkan sebagai kota terbaik untuk iklim ekonomi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan telah mendapatkan penghargaan Natamukti Nindya, penghargaan yang diberikan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Indonesia, bapak Anak Agung Gede Ngurah Puspayoga dan President ICSB Hermawan Kartawijaya, Selasa 28 November 2017 dalam acara Indonesia Council of Small Business (ICSB) 'Indonesia City Award' di Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UMKM).

Tabel 1.2

**Laju Pertumbuhan Ekonomi (LPE) Kabupaten/Kota di Provinsi Banten**

<b>Kabupaten/ Kota</b>	<b>Laju Pertumbuhan Ekonomi</b>	
	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Kab. Pandeglang	6,03	6,04
Kab. Lebak	5,85	5,91
Kab. Tangerang	5,83	5,95
Kab. Serang	5,24	5,33
Kota Tangerang	5,88	5,92
Kota Cilegon	5,47	5,83
Kota Serang	6,44	6,48
Kota Tangerang Selatan	7,31	7,37
Provinsi Banten	5,73	5,81

Sumber: Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Tangerang Selatan (2023)

Di Tangerang Selatan terdapat empat jenis produk UMKM kebutuhan Masyarakat di Tangerang Selatan. Usaha UMKM Fashion adalah penyediaan produk kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan penunjang penampilan, gaya berpakaian yang dipakai setiap hari oleh seseorang, baik itu kehidupan sehari-hari di rumah maupun acara tertentu. Konveksi merupakan sebuah usaha produksi pakaian yang dibuat dengan massal maupun spesifik. Kreatif adalah aktivitas ekonomi yang terkait dengan pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu, seperti membuat kerajinan tangan, souvenir, penulis Artikel Situs, youtuber, dropship, fotographer, dll. Kuliner (diserap dari kata Latin *culina* dan *culinarius*) dan restoran berkaitan dengan aktivitas dapur dan masak-memasak. Diadopsi ke dalam bahasa Inggris yaitu *culinary* pada sekitar tahun 1638 (Merriam-Webster Dictionary, 2016). Bisnis kuliner adalah salah satu jenis usaha yang dilakukan seseorang yang bergerak dibidang makanan, dan tergolong bisnis yang mudah dilakukan karena hanya menyajikan berbagai jenis makanan dan minuman, data 4 jenis produk UMKM Kebutuhan Masyarakat di Tangsel sebagai berikut:

Tabel 1.3

## Jumlah 4 Jenis Produk UMKM Kebutuhan Masyarakat di Tangsel

JENIS UMKM	TANGERANG SELATAN
Fashion	1460
Konveksi	549
Kreatif	912
Kuliner/ Restoran	9732
<b>TOTAL</b>	<b>12653</b>

Sumber: Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Tangerang Selatan (2023)

Peneliti melakukan pra-riset melalui wawancara dan berdiskusi dengan anggota komunitas UMKM dalam bidang produk konsumsi masyarakat, serta kepada Staff dari Dinas Koperasi di Tangerang Selatan untuk mendapatkan informasi mengenai kondisi usaha terkini yang relevan dengan penelitian ini. Diawali sejak awal 2020 dimana terjadinya pandemi *COVID-19*, pembatasan sosial berskala besar dilakukan pemerintah melalui PP No. 21 Tahun 2020, menimbulkan permasalahan yang sangat berat bagi dunia usaha, ketersediaan bahan baku, turunnya permintaan yang menurunkan jumlah pendapatan pengusaha yang sangat drastis, sehingga tidak sedikit yang memberhentikan usahanya untuk sementara dan adapula yang menjual asset-aset usahanya untuk biaya kehidupan sehari-hari, pemutusan hubungan kerja dengan karyawan pun dilakukan.

Dinamika usaha produk konsumsi masyarakat yang sangat tinggi yang dikarenakan terjadinya perubahan, digitalisasi dan globalisasi yang berdampak kepada ekonomi, perilaku sosial dan budaya. UMKM produk konsumsi masyarakat di Tangsel (Tangerang Selatan) mengalami peningkatan persaingan usaha, dikarenakan timbulnya produk baru maupun persaingan usaha baru yang mempunyai kesamaan produk dengan harga yang lebih murah dengan pelayanan yang lebih baik. Banyak pelaku UMKM yang terlena/ tidak berinovasi, tidak sabar

atau terlalu ingin cepat berkembang didalam menjalankan bisnis proses untuk mempertahankan jumlah penjualan dengan kondisi pesaing yang selalu ada dilingkungan bisnisnya. Penentuan harga, kualitas produk, bentuk pelayanan dan delivery produk merupakan suatu rangkaian penentu keunggulan produk dalam mempertahankan maupun meningkatkan penjualan.

Dalam menghadapi persaingan, UMKM produk konsumsi masyarakat dipaksa untuk melakukan perubahan positif dalam menciptakan keunggulan kompetitif untuk meningkatkan penjualan produk. Produk yang mempunyai nilai yang berbeda dengan pesaing yang ada, baik dari perbedaan unik produk, keunggulan harga, waktu penyerahan yang tepat waktu. Inovasi produk, proses ataupun prosedur dengan memunculkan pemikiran baru yang sesuai dengan kondisi yang ada baik internal organisasi maupun eksternal organisasi, Sikap tanggap dari pemilik maupun pelaku UMKM sebagai pimpinan unit usaha terhadap perubahan yang terjadi disekitar, mempertahankan produk atau bisnis proses yang sudah ada dan melakukan perubahan ataupun pengembangan produk inovasi yang sedang dijalankan serta melakukan perencanaan strategis usaha serta berani melakukan yang berbeda dengan kadar resiko yang bisa diterima, sekaligus mengarahkan organisasi dalam menghadapi perubahan yang terjadi, yang sangat dibutuhkan untuk mempertahankan usaha yang dimiliki atau dikelolanya

Profesionalisme dan jiwa wirausaha UMKM sangatlah diperlukan demi mewujudkan peluang usaha untuk mendapatkan rasa kepercayaan konsumen dan selalu berinovasi untuk melakukan strategi meningkatkan penjualan, proaktif dalam mengantisipasi kondisi perubahan yang terjadi, berani mengambil resiko yang sesuai dengan kemampuannya. Selain itu, diperlukannya jalinan hubungan sosial

didalam komunitas UMKM dalam mendukung usaha yang dilakukan. Berperan aktif dan mengikuti forum-forum komunikasi didalam mendapatkan informasi dan dukungan usaha dari mitra usaha, struktur di pemerintahan, pelanggan, serta pendukung bisnis lainnya yang dapat dijadikan acuan tindakan untuk melakukan peningkatan daya saing usaha, serta mempertajam presepsi didalam konsep pelaksanaan bisnis dalam mencapai tujuannya,

Penelitian terdahulu menyimpulkan bahwa UMKM memainkan peran penting dalam menyikapi kondisi ekonomi saat ini, UMKM merupakan pelaku ekonomi yang penting didalam membangun ekonomi di berbagai negara (de Kok et al., 2011). Digitalisasi dan globalisasi merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap setiap aktifitas kehidupan, Dengan posisi penting dalam perekonomian ini, pembangunan UMKM akan berkontribusi pada pembangunan ekonomi dan sosial melalui diversifikasi ekonomi dan percepatan perubahan struktural yang mendorong pertumbuhan ekonomi jangka panjang yang stabil dan berkelanjutan (Hamdani & Wirawan, 2012).

Porter (1990) dalam Setiawan (2012) menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) adalah jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Keunggulan kompetitif dan inovasi produk memberikan bukti empiris atas tercapainya kinerja pemasaran yang unggul pada UMKM Batik di Indonesia (Nofrizal et al., 2021). Noe et al, (2017) memberikan pengertian keunggulan kompetitif sebagai kemampuan perusahaan untuk membuat produk atau penawaran layanan yang lebih dihargai oleh pelanggan dibandingkan dengan pesaing, Penelitian yang dilakukan oleh Luu (2015) dengan mengumpulkan data dari 427 manajer perusahaan perangkat lunak dalam konteks bisnis di Vietnam

menyimpulkan bahwa keunggulan kompetitif dipengaruhi oleh modal sosial, kepemimpinan ambidextrous dan orientasi kewirausahaan, Menurut Newbert (2008), keunggulan kompetitif adalah sejauh mana perusahaan telah mengeksploitasi peluang, ancaman yang dinetralkan dan pengurangan biaya. Beberapa ahli berpendapat bahwa keunggulan kompetitif sebenarnya adalah relasional dan untuk alasan itu didefinisikan, ekspresi, atau dimensi, atau karakteristiknya harus dibandingkan dengan pesaing perusahaan. Penelitian Sigalas (2015) menyebutkan bahwa keunggulan kompetitif pada dasarnya adalah perbandingan yang ditarik terhadap pesaingnya pada dimensi tertentu yang menjadi perhatian dalam persaingan.

Keunggulan kompetitif di UMKM sering dikaitkan dengan orientasi kewirausahaan (*Entrepreneur orientation/EO*) dan kemampuan tenaga kerja. Orientasi kewirausahaan yang terdiri dari proaktif, inovasi, dan pengambil risiko mendorong sumber daya manusia untuk bersikap proaktif untuk mencari cara baru dalam meningkatkan rantai nilai dari kegiatan UMKM (Kiyabo & Isaga, 2020). Pengusaha dengan toleransi risiko yang tinggi, inovasi dan kemauan untuk menggunakan teknologi baru akan lebih berhasil dalam menghasilkan keuntungan bagi perusahaan (Belas et al., 2019). Selanjutnya dalam bisnis yang akan datang, keberhasilan akan sangat dipengaruhi oleh sejauh mana perusahaan memanfaatkan pengetahuan untuk mendukung inovasi. Implementasi inovasi membutuhkan upaya berkelanjutan, komitmen dan pemahaman disamping melakukan perbaikan terus-menerus (Singh et al., 2008). Orientasi kewirausahaan melalui sikapnya yang terus dikembangkan dapat meningkatkan potensi UMKM dalam menjadikan kemampuan dan sumber daya sebagai pendukung keunggulan kompetitif (Utami &



Wilopo, 2018). Ada pendapat bahwa suatu perusahaan harus memiliki pemahaman yang baik mengenai peran kewirausahaan berbasis inovasi dalam keunggulan kompetitif agar dapat lebih mengenal pasar yang dihadapi (Stambaugh et al., 2017). Ahli lain juga menambahkan untuk dapat lebih memahami kewirausahaan guna mencapai keunggulan kompetitif, perusahaan perlu menyelidiki bagaimana model pemasaran yang disusun oleh perusahaan menyesuaikan pasar dan lingkungan (Kisaka & Anthony, 2014).

Penekanan pada kepemimpinan sejak tahun 1980-an telah bergeser dari sifat dan perilaku kepemimpinan dengan kebutuhan pemimpin untuk mengartikulasikan visi kepada pengikut mereka, khususnya pengikut yang berada dalam organisasi yang mengalami perubahan besar (Kantabutra, 2009). Diawali Konsep organisasi Ambidextrous adalah menggabungkan dan menyeimbangkan proses eksploitasi dan eksplorasi, gagasan ambidexterity organisasi yang memungkinkan organisasi untuk menjadi kreatif dan mudah beradaptasi pada saat yang sama, sementara juga menjalankan bisnis mereka dengan metode tradisional dan terbukti (Lis et al., 2018). Organisasi atau orang yang selalu melakukan inovasi akan tetapi tidak meninggalkan atau mengabaikan bisnis yang telah ada (*existing business*). kemudian dikembangkan menjadi kepemimpinan *ambidextrous* yang menggunakan perilaku kepemimpinan yang terbuka untuk mendorong karyawan agar secara proaktif mencari ide-ide dan solusi baru serta dapat menumbuhkan sikap proaktif, inovatif, dan berani mengambil risiko di antara karyawan (Schindler, 2015). Konsep kepemimpinan ambidextrous berlaku untuk tim dan individu dan mengacu pada kemampuan untuk mempromosikan perilaku eksplorasi dan eksploitasi pada karyawan dengan meningkatkan dan mengurangi keaneka ragaman dalam perilaku

mereka dan meningkatkan memungkinkan fleksibel antara perilaku ini (Rosing et al., 2011). *Ambidexterity* secara harfiah berarti kemampuan untuk menggunakan kedua tangan dengan tingkat kehandalan yang sama. Dalam manajemen bisnis, ide ini telah diterapkan pada strategi organisasi yang menggunakan eksplorasi (mengembangkan inovasi baru) dan eksploitasi (mengoptimalisasi yang sudah ada) untuk membangun keseimbangan dan mengatur kapasitas yang sesuai dengan kondisi yang ada (Rosing et al., 2011).

Salah satu sumber daya yang dapat memberikan keunggulan kompetitif adalah sumber daya yang dikembangkan melalui berbagai pendekatan sosial dengan atribut sosialnya yang dikenal sebagai modal sosial (Al-daibat, 2017). Berkaitan dengan hal tersebut, modal sosial dipandang sebagai salah satu instrumen yang mendorong tumbuh dan berkembangnya keunggulan kompetitif yang menjadi sasaran strategi bisnis yang memediasi proses dalam mencapai tujuan (Al-daibat, 2017). Modal sosial adalah aset tidak berwujud yang memfasilitasi tindakan untuk menjalin hubungan antara individu dan organisasi. Modal sosial adalah salah satu sumber daya yang paling penting dan perlu dikelola secara strategis (Sirmon & Hitt, 2003). Jaringan (*network*) mempengaruhi kinerja usaha mikro kecil (UMK) makanan ringan di Kota Padang (Analia et al., 2019). Jaringan (*network*) merupakan suatu kapasitas yang dimiliki setiap individu berkaitan dengan jumlah relasi pelaku usaha (Analia et al., 2019). Modal sosial merupakan salah satu hal penting yang dikembangkan untuk keberlanjutan usaha. Hasil penelitian Analia et.al., (2019) terhadap UMK di Sumatera Barat menyatakan bahwa UMK akan lebih berkembang apabila mendapat dukungan maksimal didalam modal sosial seperti kepercayaan dan jaringan dari berbagai pihak sehingga memudahkan

memperoleh dukungan finansial dan non finansial. Jaringan merupakan variabel yang signifikan meningkatkan output inovasi dan daya saing unit usaha dalam berbagai industri. Jaringan memiliki dampak positif pada inovasi dalam konteks organisasi (skala besar, usaha kecil dan usaha yang baru atau *start-up*). Dalam mempertahankan keunggulan kompetitif, organisasi perlu pula mengelola sumber daya atau modal sosialnya dengan menggunakan orientasi kewirausahaan (Ireland et al., 2003). Dalam mempertahankan keunggulan kompetitif, organisasi perlu pula mengelola sumber daya atau modal sosialnya dengan menggunakan orientasi kewirausahaan (Ireland et al., 2003). Modal sosial adalah asset tidak berwujud yang merupakan salah satu sumber daya yang paling penting dan perlu dikelola secara strategis (Sirmon & Hitt, 2003).

Berdasarkan penjelasan di atas, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keunggulan kompetitif bisnis UMKM. Dalam penelitian ini dibatasi pada kepemimpinan ambidextrous, modal sosial dan orientasi kewirausahaan karena faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh dengan keunggulan kompetitif bisnis. Peneliti mengambil judul **Pengaruh Kepemimpinan Ambidextrous dan Modal Sosial terhadap Keunggulan Kompetitif dengan Orientasi Kewirausahaan sebagai Variabel Mediasi: Studi pada UMKM di Tangerang Selatan**. Untuk mempelajari UMKM agar dapat meningkatkan pemahaman mengenai kebutuhan pertumbuhan dan perkembangannya. Pemahaman seperti itu akan memungkinkan para ilmuwan, praktisi, dan pembuat kebijakan untuk merumuskan strategi dukungan yang baik untuk UMKM. Karena pentingnya UMKM bagi ekonomi lokal dan nasional, maka perlu untuk dipelajari dan diteliti keunggulan kompetitif bisnisnya.

## B. Pembatasan Penelitian

Dari beberapa penyebab yang diduga memengaruhi keunggulan kompetitif berkelanjutan dalam UMKM sesuai identifikasi masalah di atas, penulis hanya membatasi penelitian ini pada variabel-variabel penelitian tersebut. Menurut asumsi penulis variabel-variabel tersebut diduga memengaruhi keunggulan kompetitif berkelanjutan, yaitu: kepemimpinan ambidextrous, dan modal sosial, serta orientasi kewirausahaan sebagai variable mediasi.

## C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1 Apakah terdapat pengaruh kepemimpinan ambidextrous terhadap orientasi kewirausahaan?
- 2 Apakah terdapat pengaruh modal sosial terhadap orientasi kewirausahaan?
- 3 Apakah terdapat pengaruh kepemimpinan ambidextrous terhadap keunggulan kompetitif?
- 4 Apakah terdapat pengaruh modal sosial terhadap keunggulan kompetitif?
- 5 Apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan kompetitif?
- 6 Apakah terdapat pengaruh kepemimpinan ambidextrous terhadap keunggulan kompetitif melalui orientasi kewirausahaan?
- 7 Apakah terdapat pengaruh modal sosial terhadap keunggulan kompetitif melalui orientasi kewirausahaan?

## D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dalam penelitian ini adalah:

- 1 Mengkaji, menganalisis dan menemukan pengaruh kepemimpinan ambidextrous terhadap orientasi kewirausahaan
- 2 Mengkaji, menganalisis dan menemukan pengaruh modal sosial terhadap orientasi kewirausahaan
- 3 Mengkaji, menganalisis dan menemukan pengaruh kepemimpinan ambidextrous terhadap keunggulan kompetitif
- 4 Mengkaji, menganalisis dan menemukan pengaruh modal sosial terhadap keunggulan kompetitif
- 5 Mengkaji, menganalisis dan menemukan pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan kompetitif
- 6 Mengkaji, menganalisis dan menemukan pengaruh kepemimpinan ambidextrous terhadap keunggulan kompetitif melalui orientasi kewirausahaan
- 7 Mengkaji, menganalisis dan menemukan pengaruh modal sosial terhadap keunggulan kompetitif melalui orientasi kewirausahaan

#### **E. Signifikansi Penelitian**

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis ataupun praktis. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam memperkaya literatur dalam mengkaji berbagai teori yang telah terakumulasi pada bidang manajemen sumber daya manusia, serta memberikan informasi kepada yang ingin memperdalam mengenai bidang kepemimpinan, modal sosial, dan orientasi kewirausahaan serta keunggulan kompetitif. Sedangkan secara praktis diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak terutama di UMKM di Indonesia, khususnya Kota Tangsel. Hasil penelitian ini diharapkan

berguna untuk mengembangkan variabel-variabel MSDM. Yang pada akhirnya diharapkan dimensi-dimensi kepemimpinan *ambidextrous*, modal sosial, dan orientasi kewirausahaan dapat dijadikan acuan untuk mengembangkan keunggulan kompetitif UMKM dan diharapkan bermanfaat untuk para pengambil keputusan untuk dijadikan bahan masukan dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan peningkatan keunggulan kompetitif.

#### F. *State of The Art*

Penelitian terdahulu menyimpulkan bahwa UMKM memainkan peran penting dalam menyikapi kondisi ekonomi saat ini, UMKM merupakan pelaku ekonomi yang penting didalam membangun ekonomi di berbagai negara (de Kok et al., 2011). Digitalisasi dan globalisasi merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap setiap aktifitas kehidupan, dengan posisi penting dalam perekonomian ini, pembangunan UMKM akan berkontribusi pada pembangunan ekonomi dan sosial melalui diversifikasi ekonomi dan percepatan perubahan struktural yang mendorong pertumbuhan ekonomi jangka panjang yang stabil dan berkelanjutan (Hamdani & Wirawan, 2012).

Dalam penelitian ini menguji hubungan beberapa variabel yang masih belum banyak dibahas, yaitu variabel kepemimpinan *ambidextrous* dan modal sosial sebagai variabel independen, serta keunggulan kompetitif yang merupakan variabel dependen, dan variabel orientasi kewirausahaan sebagai variabel mediasi. *State of the art* dari penelitian adalah pada pengujian hubungan masing-masing variabel yang belum pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya di Kota Tangerang Selatan, dimana Kota Tangerang Selatan mempunyai potensi bertumbuh kembangnya UMKM.