



**WELFARE**

JURNAL ILMU EKONOMI

VOLUME 1 NOMOR 2 (NOVEMBER 2020)

<http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/welfare>

ISSN 2723-2212 (MEDIA ONLINE)

ISSN 2723-2220 (MEDIA CETAK)

## URGENSI *INTERPERSONAL SKILL* DALAM MENCIPTAKAN KEUNGGULAN BERSAING UMKM KULINER DI KOTA TASIKMALAYA

Agi Rosyadi<sup>a</sup>, Indi Ramadhani<sup>b\*</sup>

<sup>a,b</sup> Universitas Siliwangi, Tasikmalaya, Jawa Barat, Indonesia

\*[indiramadhani@unsil.ac.id](mailto:indiramadhani@unsil.ac.id)

*Diterima: Oktober 2020. Disetujui: Oktober 2020. Dipublikasikan: November 2020.*

### ABSTRACT

*This study aims to determine and analyze interpersonal skills and competitive advantages of Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) in culinary business in Tasikmalaya City and the influence of interpersonal skills on competitive advantage. The population in this study is included in an unlimited population. The sample size is 100 respondents. The sample technique used was purposive sampling. The sample considerations used in this study are the consumers of Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) in culinary business in Tasikmalaya City who have made at least 2 (two) purchases. The analysis tool used is simple regression analysis. The results of this study found that interpersonal skills and the competitive advantage of Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) in culinary business in Tasikmalaya City have been achieved very well. The regression results state that interpersonal skill has a positive and significant influence or contribution to competitive advantage by 88%. The positive regression coefficient shows that the better the interpersonal skills you have, the competitive advantages of culinary MSMEs in Tasikmalaya City will increase.*

**Keywords:** *Interpersonal Skill, Competitive Advantages, MSME.*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis *interpersonal skill* dan keunggulan bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Kota Tasikmalaya serta pengaruh *interpersonal skill* terhadap keunggulan bersaing. Populasi dalam penelitian ini termasuk dalam populasi tak terbatas. Ukuran sampel adalah 100 orang responden. Teknik sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Adapun pertimbangan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen UMKM Kuliner yang telah melakukan minimal 2 (dua) kali pembelian. Alat analisis yang digunakan analisis regresi sederhana. Hasil penelitian ini menemukan bahwa *interpersonal skill* dan keunggulan bersaing UMKM Kuliner di Kota Tasikmalaya sudah dicapai dengan sangat baik. Hasil regresi menyatakan bahwa *interpersonal skill* memberikan pengaruh atau kontribusi positif dan signifikan pada keunggulan bersaing sebesar 88%. Koefisien Regresi positif tersebut menunjukkan semakin baik *interpersonal skill* yang dimiliki maka keunggulan bersaing UMKM Kuliner di Kota Tasikmalaya akan semakin meningkat.

**Kata Kunci:** Keterampilan Interpersonal, Keunggulan Bersaing, UMKM.

### I. PENDAHULUAN

Perkembangan industri kuliner di Kota Tasikmalaya semakin pesat seiring

meningkatnya perkembangan teknologi di era 4.0 ini. Berbagai jenis kuliner dapat dengan mudah dijumpai di kota ini mulai dari jalan-

jalan protokol hingga ke gang-gang kecil, dari mulai jenis menu makanan utama sampai makanan kudapan sehingga kota ini merupakan salah satu destinasi wisata Kuliner yang cukup terkenal khususnya bagi warga di sekitar Wilayah Jawa Barat. Sedikitnya 132 usaha kuliner tercatat oleh Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kota Tasikmalaya (2018) dan masih banyak yang belum terdata. Salah satu jenis usaha kuliner yang menjamur di Tasikmalaya adalah banyaknya usaha kafe.

Kafe yang berdiri dan berkembang di Tasikmalaya cukup banyak jenisnya, ada yang secara khusus ditujukan untuk anak muda, tapi juga ada kafe yang ditujukan untuk keluarga. Ada pula yang khusus menjual menu tertentu, misalnya kopi, es krim, kue, mie, atau bahkan menyediakan berbagai menu lainnya. Terdapat kurang lebih 40 kafe yang ada di Kota Tasikmalaya. Menjamurnya bisnis kafe di kota ini menimbulkan persaingan yang cukup ketat sehingga setiap bidang usaha tidak hanya kafe harus memiliki strategi tersendiri untuk mempertahankan konsumen dan tentunya eksistensi. Tidak sedikit kafe yang sudah berdiri di Kota Tasikmalaya tidak dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama.

UMKM Kuliner di Kota Tasikmalaya berupaya untuk bertahan dalam menghadapi persaingan pasar dan mempertahankan konsumennya di tengah maraknya kemunculan kafe-kafe baru yang menawarkan produk dengan beragam keunikannya, dan usaha kuliner lain yang sifatnya dadakan dan musiman karena viral di media sosial. Penciptaan konsep kafe banyak yang mengusung *distinctive competence* yang terkadang cukup berisiko karena dibuka di Kota Tasikmalaya yang mayoritas adalah orang Sunda yang terkenal memiliki selera makanan khas Sunda yang jauh berbeda dengan makanan bernuansa modern. Akan tetapi, animo masyarakat terhadap kuliner modern ini ternyata cukup tinggi. Dalam menghadapi kondisi tersebut, perusahaan memerlukan keunggulan bersaing agar tetap dapat memiliki posisi dalam pasar. Dengan adanya strategi keunggulan bersaing di dalam perusahaan, diharapkan perusahaan tersebut

dapat mempertahankan posisi bersaingnya terhadap kompetitor dan menghadapi tantangan dari selera masyarakat.

Keunggulan bersaing berkaitan dengan cara bagaimana perusahaan memilih dan benar-benar dapat melaksanakan strategi generik ke dalam praktik. Semua bagian yang ada dalam organisasi, baik yang berupa sumber daya maupun aktivitas, dapat menjadi keunggulan bersaing melalui 3 (tiga) alternatif strategi yaitu *cost leadership*, *differentiation*, dan *focus*.

Untuk bisnis yang bergerak dalam penyediaan produk baik barang maupun jasa, kemampuan karyawan dalam melayani konsumen jelas menjadi salah faktor utama yang harus mendapat perhatian. Sama halnya untuk bisnis di bidang kuliner yang tidak hanya cukup dengan menawarkan produk yang enak, konsep yang unik dan beda dari yang lain, tetapi tidak didukung oleh kemampuan interpersonal karyawan dalam menghadapi konsumennya.

*Interpersonal skill* atau kemampuan interpersonal adalah keterampilan untuk mengenali dan merespon secara layak perasaan, sikap dan perilaku, motivasi serta keinginan orang lain. Bagaimana diri kita mampu membangun hubungan yang harmonis dengan memahami dan merespon manusia atau orang lain merupakan bagian dan keterampilan interpersonal (R. Bramantyo dan Agus, 2007). Pengetahuan dan kemampuan dalam hubungan interpersonal mempunyai peran penting dalam menumbuhkan hubungan pribadi yang baik antara para pegawai di dalam perusahaan sebagai lingkungan pelanggan internal dan dengan pelanggan eksternal, sehingga pada akhirnya dapat menumbuhkan loyalitas para pelanggan terhadap perusahaan (Barata, 2006: 139). "*Interpersonal skills are vital to the development of human relationship. Human relationships are vital to personal well-being. Therefore, interpersonal skills are vital to well-being.*" (Knapp & Daly, 2011)

Untuk mengukur keefektifan interpersonal menurut Janasz, Dowd, Schneider (2015) yaitu: Mampu memahami dan bekerja dengan beragam orang lain, mendengarkan dan

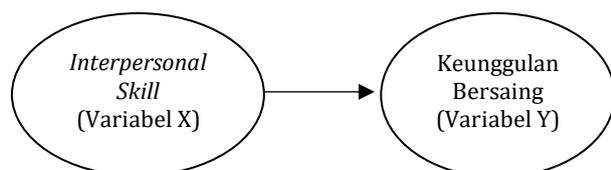
komunikasi non-verbal, berkomunikasi secara efektif, dan membujuk individu dan khalayak.

Perusahaan hendaknya memperhatikan hal-hal tersebut agar pelayanan dapat optimal sehingga konsumen merasa puas yang pada akhirnya daya saing perusahaan menjadi semakin meningkat (Moorman, et al. 1993). Cravens (1996) mengemukakan bahwa keunggulan bersaing seharusnya dipandang sebagai suatu proses dinamis bukan sekedar dilihat sebagai hasil akhir dan sumber keunggulan bersaing itu adalah keterampilan, sumber daya dan pengendalian yang superior.

Berangkat dari uraian yang telah dijelaskan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis *interpersonal skill* dan keunggulan bersaing UMKM Kuliner di Kota Tasikmalaya serta pengaruh *interpersonal skill* terhadap keunggulan bersaing.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menguji pengaruh variabel *interpersonal skill* terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan paradigma kuantitatif. Berikut kerangka konseptual penelitian ini:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari objek penelitian/responden guna mengetahui pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui kuesioner. Sedangkan di dalam instrumen penelitian menggunakan Skala Likert.

Populasi dalam penelitian ini termasuk dalam populasi tak terbatas (*infinite*), karena kumpulan objek atau individu yang menjadi objek penelitian tidak diketahui batas wilayahnya atau jumlah keseluruhan individu yang terdapat di wilayah populasi tidak diketahui secara tepat atau secara pasti. Dalam penelitian ini, penentuan ukuran sampel

didasarkan pada pendapat, Hair (2010: 444) yaitu untuk penelitian survei ukuran minimal sampel adalah 100 orang responden. Teknik sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dimana penarikan sampel didasarkan pada pertimbangan pribadi peneliti yang bersangkutan (Sugiyama, 2008). Adapun pertimbangan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen UMKM di bidang kuliner yang telah melakukan minimal 2 (dua) kali pembelian.

Instrumen penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment* dengan hasil pengujian valid untuk setiap item pernyataan kuesioner *interpersonal skill* dan keunggulan bersaing. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Teknik Cronbach dengan hasil pengujian reliabel baik untuk variabel *interpersonal skill* maupun keunggulan bersaing.

Untuk mengetahui bagaimana *interpersonal skill* dan keunggulan bersaing UMKM Kuliner di Kota Tasikmalaya dilakukan penghitungan Nilai Jenjang Interval (NJI). Selain itu, dilakukan transformasi data berskala ordinal terlebih dahulu untuk menjadi data yang berskala interval dengan menggunakan MSI (*Method of Successive Interval*).

Data yang diperoleh dari penelitian ini, kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis regresi sederhana untuk mengetahui pengaruh *interpersonal skill* terhadap keunggulan bersaing. Menurut Sunyoto (2011: 9), analisis regresi adalah suatu analisis yang mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun analisis regresi linier sederhana dapat dirumuskan menjadi  $Y = a + bX$ , dimana: Y adalah keunggulan bersaing, a adalah harga Y bila  $X = 0$  (harga konstanta), b adalah kontribusi besarnya perubahan nilai variabel bebas (X), semakin besar nilai koefisien regresi maka kontribusi perubahan juga semakin besar, dan sebaliknya. Kontribusi perubahan variabel X juga ditentukan oleh koefisien regresi positif atau negatif. Adapun X adalah variabel *interpersonal skill*.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui hasil dari tanggapan konsumen mengenai *interpersonal skill* dan keunggulan bersaing dapat dilihat dari hasil jawaban responden melalui penyebaran kuesioner, yang terdiri dari 8 item pernyataan untuk variabel *interpersonal skill* dan 10 item pernyataan untuk variabel keunggulan bersaing. Daftar pernyataan tersebut disebarkan kepada 100 orang responden. Untuk mengetahui nilai setiap item kuesioner, maka dapat dihitung dengan langkah – langkah sebagai berikut:

Nilai tertinggi setiap indikator variabel:  $100 \times 5 = 500$ , Nilai terendah setiap indikator variabel:  $100 \times 1 = 100$ , Jumlah kriteria pernyataan: 5, sehingga:

$$NJI = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

$$NJI = \frac{500 - 100}{5} = 80$$

Klasifikasi penilaian untuk setiap indikator variabel dalam penelitian ini ditampilkan pada tabel 1 sebagai berikut:

**Tabel 1. Klasifikasi Penilaian untuk Setiap Indikator *Interpersonal Skill* dan Keunggulan Bersaing**

| Nilai     | Klasifikasi Penilaian |
|-----------|-----------------------|
| 100 – 179 | Tidak Baik            |
| 180 – 259 | Kurang Baik           |
| 260 – 339 | Cukup Baik            |
| 340 – 419 | Baik                  |
| 420 - 500 | Sangat Baik           |

Adapun hasil rekapitulasi variabel *interpersonal skill* dan variabel keunggulan bersaing yang dimiliki oleh UMKM Kuliner di Kota Tasikmalaya ditampilkan secara rinci dengan pernyataan, skor dan kriterianya pada tabel 2 dan 3 berikut:

**Tabel 2. Rekapitulasi Variabel *Interpersonal Skill***

| No.                                                        | Pernyataan                                                                        | Skor yang Ditargetkan | Skor yang Dicapai | Kriteria           |
|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------------------|--------------------|
| <b>Kemampuan memahami dan bekerja dengan beragam orang</b> |                                                                                   |                       |                   |                    |
| 1                                                          | Kemampuan menghadapi orang dari berbagai ras, jenis kelamin, dan usia dengan baik | 500                   | 435               | <b>Sangat Baik</b> |
| 2                                                          | Kesigapan menolong konsumen jika membutuhkan sesuatu                              | 500                   | 467               | <b>Sangat Baik</b> |
| <b>Kemampuan mendengarkan dan komunikasi non-verbal</b>    |                                                                                   |                       |                   |                    |
| 3                                                          | Kemampuan mendengarkan keluhan/ masukan dari konsumen dengan sabar                | 500                   | 442               | <b>Sangat Baik</b> |
| 4                                                          | Kemampuan melayani dengan ekspresi menyenangkan                                   | 500                   | 484               | <b>Sangat Baik</b> |
| <b>Kemampuan berkomunikasi secara efektif</b>              |                                                                                   |                       |                   |                    |
| 5                                                          | Kemampuan untuk memberikan informasi produk dengan jelas                          | 500                   | 405               | <b>Baik</b>        |
| 6                                                          | Kemampuan berkomunikasi yang mudah dimengerti                                     | 500                   | 458               | <b>Sangat Baik</b> |
| <b>Kemampuan membujuk individu dan khalayak</b>            |                                                                                   |                       |                   |                    |
| 7                                                          | Kemampuan memberikan rekomendasi produk dengan baik                               | 500                   | 428               | <b>Sangat Baik</b> |
| 8                                                          | Kemampuan membujuk konsumen untuk menambah pembelian produk                       | 500                   | 397               | <b>Baik</b>        |
| <b>TOTAL</b>                                               |                                                                                   | <b>4.000</b>          | <b>3.516</b>      |                    |

Sumber: Data primer yang diolah.

**Tabel 3. Rekapitulasi Variabel Keunggulan Bersaing**

| No.                           | Pernyataan                          | Skor yang Ditargetkan | Skor yang Dicapai | Kriteria           |
|-------------------------------|-------------------------------------|-----------------------|-------------------|--------------------|
| <b><i>Cost Leadership</i></b> |                                     |                       |                   |                    |
| 1                             | Efisiensi Pelayanan di UMKM Kuliner | 500                   | 448               | <b>Sangat Baik</b> |

|                        |                                                                                                               |              |              |             |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|-------------|
| 2                      | Kebersaingan harga produk UMKM Kuliner dengan kafe sejenis                                                    | 500          | 380          | Baik        |
| <i>Differentiation</i> |                                                                                                               |              |              |             |
| 3                      | Variasi Menu yang ditawarkan UMKM Kuliner dibanding kafe lain                                                 | 500          | 420          | Sangat Baik |
| 4                      | Kenyamanan suasana UMKM Kuliner untuk hang-out dan berkumpul bersama teman atau keluarga dibanding kafe lain. | 500          | 439          | Sangat Baik |
| 5                      | Keunikan konsep produk UMKM Kuliner                                                                           | 500          | 423          | Sangat Baik |
| 6                      | Kesan berkelas yang diciptakan ketika membeli produk UMKM Kuliner                                             | 500          | 416          | Baik        |
| 7                      | Reputasi yang dimiliki UMKM Kuliner                                                                           | 500          | 442          | Sangat Baik |
| <i>Focus</i>           |                                                                                                               |              |              |             |
| 8                      | Kekhasan produk UMKM Kuliner                                                                                  | 500          | 419          | Baik        |
| 9                      | Kecepatan pengenalan hasil inovasi produk baru pada konsumen                                                  | 500          | 405          | Baik        |
| 10                     | Kemampuan menangani semua pesanan konsumen                                                                    | 500          | 458          | Sangat Baik |
| <b>TOTAL</b>           |                                                                                                               | <b>5.000</b> | <b>4.250</b> |             |

### A. Interpersonal Skill dan Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner Tasikmalaya

Untuk mengetahui *interpersonal skill* pada UMKM Kuliner di Kota Tasikmalaya dapat dilihat klasifikasi penilaian secara keseluruhan dengan perhitungan sebagai berikut:

Nilai tertinggi setiap indikator variabel *interpersonal skill*:  $100 \times 5 \times 8 = 4.000$

Nilai terendah setiap indikator variabel *interpersonal skill*:  $100 \times 1 \times 8 = 800$

Jumlah kriteria pernyataan: 5

$$\begin{aligned}
 NJI &= \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}} \\
 &= \frac{4000 - 800}{5} = 640
 \end{aligned}$$

Klasifikasi penilaian untuk variabel *interpersonal skill* secara keseluruhan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. Klasifikasi Penilaian untuk Variabel Interpersonal Skill Secara Keseluruhan**

| Nilai         | Klasifikasi Penilaian |
|---------------|-----------------------|
| 800 – 1.439   | Tidak Baik            |
| 1.440 – 2.079 | Kurang Baik           |
| 2.080 – 2.719 | Cukup Baik            |
| 2.720 – 3.359 | Baik                  |
| 3.360 – 4.000 | Sangat Baik           |

Berdasarkan hasil perhitungan rekapitulasi terhadap tanggapan responden atas variabel *interpersonal skill* diperoleh

total skor sebesar 3.516. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *interpersonal skill* pada UMKM Kuliner di Kota Tasikmalaya termasuk dalam klasifikasi sangat baik.

Untuk mengetahui variabel keunggulan bersaing UMKM Kuliner di Kota Tasikmalaya dapat dilihat klasifikasi penilaian secara keseluruhan dengan perhitungan sebagai berikut:

Nilai tertinggi setiap indikator variabel keunggulan bersaing:  $100 \times 5 \times 10 = 5.000$

Nilai terendah setiap indikator variabel keunggulan bersaing:  $100 \times 1 \times 10 = 1.000$

Jumlah kriteria pernyataan: 5

$$\begin{aligned}
 NJI &= \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}} \\
 &= \frac{5000 - 1000}{5} = 800
 \end{aligned}$$

Klasifikasi penilaian untuk variabel keunggulan bersaing secara keseluruhan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 5. Klasifikasi Penilaian untuk Variabel Keunggulan Bersaing Secara Keseluruhan**

| Nilai         | Klasifikasi Penilaian |
|---------------|-----------------------|
| 1.000 – 1.799 | Tidak Baik            |
| 1.800 – 2.599 | Kurang Baik           |
| 2.600 – 3.399 | Cukup Baik            |
| 3.400 – 4.199 | Baik                  |
| 4.200 – 5.000 | Sangat Baik           |

Berdasarkan hasil perhitungan rekapitulasi terhadap tanggapan responden atas variabel keunggulan bersaing diperoleh total skor sebesar 4.250. Hal ini menunjukkan bahwa variabel keunggulan bersaing pada UMKM Kuliner di Kota Tasikmalaya termasuk dalam klasifikasi sangat baik.

### B. Pengaruh *Interpersonal Skill* terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner Tasikmalaya

Besarnya pengaruh *interpersonal skill* (variabel X) terhadap keunggulan bersaing (variabel Y) pada UMKM Kuliner di Kota

Tasikmalaya, dapat dilihat dari indikator yang digunakan oleh masing-masing variabel, dengan menggunakan analisis regresi sederhana dimana hasil dan pengolahan data dilakukan melalui SPSS versi 16.0. Dari output SPSS tersebut dapat dilakukan analisis hasil regresi sebagai berikut:

#### 1. Persamaan Regresi

Untuk mengetahui arah pengaruh langsung variabel *interpersonal skill* terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Kuliner di Kota Tasikmalaya, dapat dilihat dari tabel output SPSS pada tabel 6 :

Tabel 6. Coefficients<sup>a</sup>

| Model | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.   |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|--------|
|       | B                           | Std. Error | Beta                      |       |        |
| 1     | (Constant)                  | 3,393      | 0,956                     | 3,548 | 0,001  |
|       | <i>Interpersonal Skill</i>  | 1,117      | 0,033                     | 0,938 | 34,117 |

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Dengan demikian, dari tabel 6 tersebut dapat dibentuk suatu persamaan regresi linear sederhana, yaitu:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 3,393 + 1,117 X$$

Dimana:

Y = Keunggulan Bersaing

X = *Interpersonal Skill*

a = 3,393

b = 1,117

Persamaan regresi tersebut menyatakan bahwa variabel X (*interpersonal skill*) memberikan pengaruh atau kontribusi positif pada variabel Y (keunggulan bersaing) yaitu

sebesar 1,117. Koefisien Regresi positif tersebut menunjukkan semakin baik *interpersonal skill* yang dimiliki pihak UMKM, maka keunggulan bersaing UMKM Kuliner di Kota Tasikmalaya akan semakin meningkat.

#### 2. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *interpersonal skill* terhadap variabel keunggulan bersaing pada UMKM Kuliner di Kota Tasikmalaya, digunakan koefisien determinasi atau menggunakan rumus  $Kd = r^2 \times 100\%$ . Adapun untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel *model summary* berikut ini:

Tabel 7. Model Summary

| Model | R                  | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|--------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | 0,938 <sup>a</sup> | 0,880    | 0,880             | 2,584329                   |

a. Predictors: (Constant), *Interpersonal Skill*

Dari tabel *model summary* diperoleh angka *r square* sebesar 0,880. Hasil tersebut diperoleh dari pengkuadratan koefisien

korelasi, atau  $0,938 \times 0,938 = 0,880$ . *R square* dapat disebut juga koefisien determinasi yang berkisar antara 0 sampai 1,

dengan catatan semakin besar angka *r square* maka akan semakin kuat pula hubungan kedua variabel.

Dari hasil perhitungan didapat *r square* 0,880 atau 88% yang dalam hal ini berarti *interpersonal skill* yang dimiliki pihak UMKM Kuliner di Kota Tasikmalaya memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing usahanya sebesar 88%. Semakin baik *interpersonal skill* yang dimiliki pihak UMKM Kuliner di Kota Tasikmalaya maka keunggulan bersaing pun cenderung akan semakin meningkat. Sedangkan sisanya yaitu  $100\% - 88\% = 12\%$  dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Faktor lain yang tidak diteliti adalah faktor-faktor selain *interpersonal skill* yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing.

### 3. Pengujian Hipotesis

Dari Tabel *Coefficients* diketahui bahwa *t* hitung adalah sebesar 34,117 sedangkan *t* tabel sebesar 1,984, nilai *t* tabel tersebut diperoleh dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan (*Degree of Freedom*)  $df = n - k - 1$  atau  $dk = 100 - 1 - 1 = 98$  sehingga didapat angka 1,984.

Berdasarkan hasil perhitungan ternyata  $t_{hitung}$  lebih besar daripada  $t_{tabel}$  ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ), atau  $34,117 > 1,984$  maka  $H_0$  ditolak. Dengan demikian hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Diterimanya hipotesis alternatif menunjukkan bahwa pada tingkat keyakinan 95% variabel *interpersonal skill* berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner di Kota Tasikmalaya.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel *interpersonal skill* memiliki peran penting dalam meningkatkan keunggulan bersaing suatu perusahaan. Perusahaan mencari karyawan dengan keterampilan *interpersonal* yang luar biasa untuk membantu mereka tetap fleksibel dan aktif dalam dunia usaha yang semakin kompetitif saat ini. Tidak hanya perusahaan yang bergerak di bidang jasa, akan tetapi di dunia kuliner pun sangat dipengaruhi oleh interaksi *interpersonal* di dalam perusahaan dan di antara karyawan, pemasok, dan pemangku kepentingan lainnya, terutama dengan konsumen.

Semakin efektif hubungan dan komunikasi *interpersonal* pengusaha dengan konsumen akan menciptakan ikatan yang membuat individu maupun perusahaan semakin produktif. Semakin produktif individu dan perusahaan akan semakin tinggi daya saing yang dimiliki oleh perusahaan.

## IV. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menemukan bahwa variabel *interpersonal skill* dan keunggulan bersaing UMKM Kuliner di Kota Tasikmalaya sudah dicapai dengan sangat baik. Hasil regresi menyatakan bahwa variabel *interpersonal skill* memberikan pengaruh atau kontribusi positif pada keunggulan bersaing sebesar 88%. Koefisien regresi positif tersebut menunjukkan bahwa semakin baik *interpersonal skill* yang dimiliki pihak UMKM maka keunggulan bersaing UMKM Kuliner di Kota Tasikmalaya akan semakin meningkat.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ternyata  $t_{hitung}$  lebih besar daripada  $t_{tabel}$  ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ). Dengan demikian hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Diterimanya hipotesis alternatif menunjukkan bahwa pada tingkat keyakinan 95% *interpersonal skill* berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner di Kota Tasikmalaya.

## V. SARAN/REKOMENDASI

Lokasi penelitian ini hanya pada 1 lokasi saja dikarenakan keterbatasan waktu, sehingga untuk penelitian selanjutnya alangkah lebih baik jika penelitian dilakukan pada seluruh perusahaan yang bergerak di bidang kuliner yang terdapat di Kota Tasikmalaya. Model dan alat analisis yang digunakan masih sangat sederhana serta pernyataan-pernyataan dalam instrumen semuanya bersifat positif, diharapkan penelitian selanjutnya bisa memperbaiki kelemahan dari model, alat analisis, dan instrumen ini.

## REFERENSI

Barata, A.A. (2006). Dasar-dasar Pelayanan Prima: Persiapan Membangun Budaya Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan

- Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Cravens, D.W. (1996). Pemasaran Strategis, Alih Bahasa: Lina Salim, Edisi Keempat, Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Hair, J.F., et al., (2010). Multivariate Data Analysis, 7th Edition, New Jersey, Prentice-Hall.
- Janasz C. De. Suzanne, Dowd, Schneider. (2015). Interpersonal Skills in Organizations Fifth Edition. New York: Mc Graw Hill International Edition.
- Knapp, Mark L., Daly, John A. (2011). The SAGE Handbook of Interpersonal Communication. California: SAGE Publication, Inc.
- Moorman, C, Deshpande, R. and Zaltman, G. (1993). "Factors Affecting Trust in Market Research Relationship", *Journal of Marketing*, Vol. 57, January, pp. 81-101.
- Porter, Michael E. (1994). Keunggulan Bersaing. Tim Penerjemah Binarupa Aksara, Jakarta: Binarupa Aksara.
- R. Bramantyo dan Agus Tri Prasetyo. (2007). *Interpersonal Skill*, Bogor: Pusiklatwas BPKP.
- Sugiana, G. (2008). Metode Riset Bisnis dan Manajemen, Guardaya Intimarta, Bandung.
- Sunyoto, Danang. (2011). Analisis Regresi dan Uji Hipotesis. Jakarta: PT. Buku Seru.